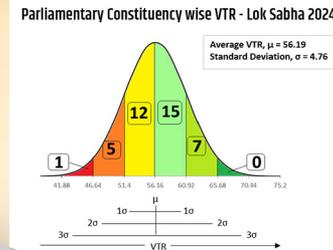


# केएपी एंडलाइन सर्वेक्षण, 2024





# केएपी एंडलाइन सर्वेक्षण , 2024

हिन्दी संस्करण

मुख्य निर्वाचन पदाधिकारी, बिहार का कार्यालय



आरिफ मोहम्मद खां  
Arif Mohammed Khan



सत्यमेव जयते

राज्यपाल, बिहार  
GOVERNOR OF BIHAR

राज भवन  
पटना-800022  
RAJ BHAVAN  
PATNA-800022

13 जनवरी, 2025

## संदेश

लोकतंत्र में चुनाव एक उत्सव के समान है जिसमें भारत के करोड़ों नागरिक अपने मताधिकार का प्रयोग कर राष्ट्र निर्माण में सहभागी बनते हैं। वर्ष 2024 का लोकसभा चुनाव इसका मिशाल है जिसमें बिहार की भी महत्वपूर्ण भागीदारी रही। बिहार की सामाजिक-राजनीतिक संरचना और जनांकिकीय स्थिति विशिष्ट प्रकार की है और इस कारण यह उन तीन राज्यों में शामिल है, जहाँ सभी सात चरणों में चुनाव सम्पन्न कराया गया। ऐसे राज्य में स्वतंत्र, निष्पक्ष और समावेशी चुनाव कराने के लिए योजनाबद्ध तैयारी, संसाधनों का प्रबंधन और प्रतिबद्धता की विशेष आवश्यकता होती है।

लोकसभा चुनाव के बाद तैयार किये गए Knowledge, Attitude and Practices (KAP) Endline Survey, 2024 में बिहार में मतदाताओं की लोकतांत्रिक प्रक्रिया के प्रति समझ व व्यवहार तथा इसमें सहभागिता संबंधी विस्तृत और अंतर्दृष्टिपूर्ण विश्लेषण है। इस सर्वे प्रतिवेदन में मतदाता जागरूकता, विकलांग व्यक्तियों की भागीदारी आदि का भी उल्लेख है, जिससे बिहार के चुनावी परिदृश्य की सूक्ष्म जानकारी मिलती है। यह प्रतिवेदन सिर्फ आँकड़ों का भंडार ही नहीं है, बल्कि बिहार के नागरिकों की सामूहिक आकांक्षा और विकसित हो रहे चुनावी व्यवहार का गहन प्रतिबिम्ब भी है।

मतदाताओं को बढ़ावा देने के लिए किये जा रहे ऐसे प्रयास अत्यन्त सराहनीय हैं। निःसंदेह यह प्रतिवेदन बिहार में भविष्य में होनेवाले चुनावों के लिए मतदाता जागरूकता रणनीतियों को आकार देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभायेगा।

मैं यह सर्वेक्षण कराने और संविधान में निहित लोकतांत्रिक सिद्धांतों को बनाये रखने हेतु किये जा रहे प्रयासों के लिए मुख्य निर्वाचन पदाधिकारी, बिहार एवं उनकी टीम को साधुवाद देता हूँ।

मुझे विश्वास है कि इस प्रतिवेदन में दिये गए निष्कर्ष और अनुसंशाएँ बिहार में लोकतांत्रिक प्रक्रियाओं को मजबूत करने हेतु चल रहे प्रयासों के लिए उपयोगी साबित होंगे।

(आरिफ मोहम्मद खां)



अमृत लाल मीणा भा०प्र०से०

मुख्य सचिव

AMRIT LAL MEENA, I.A.S

Chief Secretary



बिहार सरकार

मुख्य सचिवालय, पटना-800 015

Government of Bihar

Main Secretariat, Patna-800 015

Tel. : 0612-2215804

E-mail : cs-bihar@nic.in

## मुख्य सचिव का सन्देश

परिवर्तन सभी प्रशासनिक प्रक्रियाओं के लिए एक सतत प्रक्रिया है। इसी तरह, पिछले कुछ वर्षों में, चुनावी प्रक्रियाएँ और चुनावी भागीदारी के परिदृश्य भी बदल गए हैं। एक प्रमुख मीडिया प्लेटफॉर्म के रूप में सोशल मीडिया का आगमन, प्रौद्योगिकी में विकास, समावेशी और सुलभ चुनावों के लिए समर्पित प्रयास ऐसे कई चल रहे सुधारों और नवीन प्रथाओं में से कुछ हैं। इन परिदृश्यों में **Knowledge, Attitude and Practices Endline Survey-2024** जैसे पैन-स्टेट अभ्यास चुनावी प्रक्रियाओं के सभी प्रासंगिक हितधारकों के साथ-साथ ऐसे सभी चल रहे सुधारों के लिए फीडबैक तंत्र का गठन करने में सहायक होते हैं।

बिहार में नागरिकों के लिए **Knowledge, Attitude and Practices Endline Survey-2024** की सर्वेक्षण रिपोर्ट पाठकों के सामने प्रस्तुत करते हुए मुझे बेहद खुशी महसूस हो रही है। मतदाता भागीदारी, मतदाता व्यवहार और दृष्टिकोण का विश्लेषण करने के लिए केएपी सर्वेक्षण लगातार एक महत्वपूर्ण दस्तावेज रहा है। निर्वाचन प्रक्रिया में सभी निर्वाचकों की अधिकतम भागीदारी सुनिश्चित करने हेतु बिहार राज्य लगातार प्रयास कर रहा है और सर्वेक्षण निष्कर्ष निश्चित रूप से इस दिशा में आगे की रणनीति तैयार करने में मदद करेंगे। मतदाता जागरूकता, मतदाताओं की पढ़ने/सुनने की आदतें, वोट देने के लिए आने के कारण, उम्मीदवारों की पसंद को प्रभावित करने वाले कारक, **PwD** व्यक्तियों की भागीदारी, प्रलोभन आदि जैसे विषयों पर आधारित इस सर्वेक्षण रिपोर्ट के संबंधित सभी अध्याय वास्तव में प्रशंसनीय हैं।

राज्य के सभी 243 विधान सभा क्षेत्रों में लगभग 60000 प्रतिभागियों के सैंपल सेट को महत्वपूर्ण निष्कर्षों के साथ एक दस्तावेज़ तैयार करने में वृहद् प्रयासों की आवश्यकता होती है। निर्वाचन प्रक्रिया में सभी निर्वाचकों की अधिकतम भागीदारी सुनिश्चित करने की अपनी प्रतिबद्धता को दोहराते हुए, मुझे विश्वास है कि यह रिपोर्ट राज्य के आगामी चुनावों में मतदाता जागरूकता रणनीतियों के लिए महत्वपूर्ण होगी।

मैं इस राज्यव्यापी अभियान के संचालन और इस रिपोर्ट को तैयार करने के सराहनीय प्रयासों के लिए मुख्य निर्वाचन पदाधिकारी, बिहार और उनकी टीम को बधाई देता हूँ।

*ds*

15.1.25

अमृत लाल मीणा

मुख्य सचिव, बिहार





### मुख्य निर्वाचन पदाधिकारी का संदेश

सहज, सुगम और समावेशी मतदान' के लक्ष्य के साथ, बिहार ने हमेशा यह सुनिश्चित करने की कोशिश की है कि हर मतदाता सशक्त और जागरूक हो और वे अपने मताधिकार का सही और नैतिक तरीके से उपयोग करते हुए लोकतंत्र को मजबूत बना सकें। वर्ष 2024 में बिहार के नागरिकों पर किए गए केएपी एंडलाइन सर्वेक्षण (Knowledge, Attitude and Practices- KAP Endline Survey) की सफलता यह दिखाती है कि यहां की निर्वाचन मशीनरी मतदाताओं को केंद्र में रखकर काम करती है।

यह सर्वेक्षण राज्य के सभी 243 विधानसभा क्षेत्रों में किया गया और इससे हमें यह समझने में मदद मिली कि निर्वाचन प्रक्रिया में मतदाताओं की सोच और जानकारी कैसी है। इससे हमें यह भी जानने का मौका मिला कि 2024 के लोकसभा चुनावों के दौरान राज्य में मतदाता जागरूकता पर आधारित SVEEP अभियान कितने असरदार रहे हैं।

मैं भारत निर्वाचन आयोग को धन्यवाद ज्ञापित करता हूँ, जिन्होंने इस कार्य को प्रभावी रूप से ससमय पूरा करने के लिए हमें मार्गदर्शन और विस्तृत निदेश दिए। मैं जिला और अनुमंडल प्रशासन का भी आभारी हूँ, जिन्होंने सुचारु तरीके से इस सर्वेक्षण को सफलतापूर्वक संचालित करने के लिए निर्वाचन पदाधिकारियों को आवश्यक संसाधन उपलब्ध कराये, उनके कार्यों का पर्यवेक्षण करते हुए उन्हें प्रोत्साहित किया।

मैं बिहार निर्वाचन सेवा के पदाधिकारियों द्वारा किए गए कठिन परिश्रम की सराहना करता हूँ। उन्होंने लोक सेवा के प्रति उच्च प्रतिबद्धता और उत्साह के साथ कई व्यक्तिगत और परिस्थितिजन्य चुनौतियों को पार करते हुए यह सर्वेक्षण पूरा किया।

इसके साथ ही मुख्य निर्वाचन पदाधिकारी, बिहार के कार्यालय की स्वीप टीम को भी विशेष धन्यवाद देता हूँ, जिन्होंने इस सर्वेक्षण की कार्ययोजना बनाई और इस रिपोर्ट को तैयार किया। राज्य स्तरीय एजेंसी ने समय पर तकनीकी सहायता देकर इसे पेपरलेस डिजिटल फॉर्मेट में पूरा करने में मदद की, जिससे ग्रीन इलेक्शन के लक्ष्य को बढ़ावा मिला। अंत में, मैं सर्वेक्षण में भाग लेने वाले सभी प्रतिभागियों का सहृदय धन्यवाद करता हूँ, जिन्होंने अपनी व्यस्त दिनचर्या से समय निकालकर इस सर्वेक्षण में प्रतिभागिता की और सभी सवालों के जवाब दिए।

यह केएपी सर्वे 2024 के लोकसभा निर्वाचन के बाद राज्य स्तर पर किया गया पहला बड़ा प्रयास है। इससे यह समझने में मदद मिलेगी कि कौन-से कारक मतदाताओं के व्यवहार और मतदान को प्रभावित करते हैं। इसके नतीजे आगामी निर्वाचनों में मतदाताओं की भागीदारी को बढ़ाते हुए उनसे संपर्क की प्रक्रिया को बेहतर बनाएंगे और 'कोई मतदाता न छूटे' के लक्ष्य को साकार करने में मदद करेंगे।

एच. आर. श्रीनिवास

मुख्य निर्वाचन पदाधिकारी, बिहार



## सूची

संक्षेपाक्षरों की सूची.....	3
कार्यकारी सारांश.....	5
परिचय .....	10
सामाजिक आर्थिक एवं शैक्षणिक जनसांख्यिकीय पृष्ठभूमि.....	15
मतदाता पंजीकरण .....	24
ज्ञान, दृष्टिकोण, व्यवहार, विश्वास और प्रथाएँ.....	48
मतदाता जागरूकता और दृष्टिकोण (Attitude).....	67
चुनावों में दिव्यांग व्यक्तियों (PwDs) की भागीदारी.....	83
निर्वाचन में प्रलोभन.....	91
बिहार से संबंधित विशिष्ट प्रश्नावली .....	100
निष्कर्ष एवं सुझाव .....	116



## संक्षेपाक्षरों की सूची

- AC: विधानसभा क्षेत्र (Assembly Constituency)
- BLO: मतदान केन्द्र पदाधिकारी अधिकारी (Booth Level Officer)
- ECI: भारत निर्वाचन आयोग (Election Commission of India)
- EPIC: निर्वाचक फोटो पहचान पत्र (Electoral Photo Identity Card)
- EP Ratio: निर्वाचकों से जनसंख्या का अनुपात (Electors to Population Ratio)
- EVM: इलेक्ट्रॉनिक वोटिंग मशीन (Electronic Voting Machine)
- GELS: लोकसभा के लिए आम निर्वाचन (General Election to the Lok Sabha)
- GER: सकल नामांकन अनुपात (Gross Enrolment Ratio)
- ICDS: समेकित बाल विकास योजना (Integrated Child Development Scheme)
- KABBP: ज्ञान, दृष्टिकोण, व्यवहार, विश्वास और प्रथाएं (Knowledge, Attitude, Behaviour, Beliefs and Practices)
- KAP: ज्ञान, दृष्टिकोण और प्रथाएं (Knowledge, Attitude and Practices)
- NGO: गैर-सरकारी संगठन (Non-Governmental Organisation)
- NOTA: इनमें से कोई नहीं (None of the above)
- NVD: राष्ट्रीय मतदाता दिवस (National Voters Day)
- SHG: स्व-सहायता समूह (Self Help Group)
- SSR: विशेष संक्षिप्त पुनरीक्षण (Special Summary Revision)
- ST: अनुसूचित जनजाति (Scheduled Tribe)
- PVTG: विशेष रूप से कमजोर जनजातीय समूह (Particularly Vulnerable Tribal Group)
- PwD: दिव्यांगजन (Persons with Disability)
- SVEEP: सुव्यवस्थित मतदाता शिक्षा और निर्वाचक भागीदारी (Systematic Voter's Education and Electoral Participation)
- VVPAT: मतदाता सत्यापन योग्य पेपर ऑडिट ट्रेल (Voter Verifiable Paper Audit Trail)
- VTR: मतदान प्रतिशत अनुपात (Voter Turnout Ratio)



## कार्यकारी सारांश

**सारांश:** केएपी एंडलाइन सर्वेक्षण (Knowledge, Attitude and Practices- KAP Survey) एक राज्यव्यापी अध्ययन है, जिसे भारत निर्वाचन आयोग के निर्देशों के तहत मतदाता भागीदारी के विभिन्न पहलुओं जैसे मतदाता व्यवहार, मतदान प्रतिशत, मतदाता जागरूकता आदि का मूल्यांकन करने के लिए मुख्य निर्वाचन पदाधिकारी, बिहार के कार्यालय द्वारा संपन्न किया गया है। केएपी एंडलाइन सर्वेक्षण 2024 हाल ही में संपन्न लोकसभा आम निर्वाचन 2024 के संदर्भ में मतदाताओं की भागीदारी को बढ़ाने के प्रयासों और परिणामों के बीच संतुलन स्थापित करने वाले दस्तावेज होने के कारण महत्वपूर्ण हो जाता है।

### सामाजिक-शैक्षिक जनसांख्यिकीय पृष्ठभूमि

1. सर्वेक्षण के प्रतिभागियों में से 37.5% मजदूर/किसान थे, 26.7% गृहिणियां, 10.8% छात्र और 10.6% स्वरोजगार में लगे हुए थे।
2. 53.1% प्रतिभागियों ने कभी भी अखबार/पत्रिकाओं का संदर्भ नहीं लिया, जबकि 37.5% ने नियमित रूप से हर दिन इसका उपयोग किया।
3. 62.9% प्रतिभागियों ने रेडियो सुनने की आदत से इनकार किया, जबकि केवल 31.3% ने इसे दैनिक आधार पर सुनने की बात कही। दूसरी ओर, 63.2% प्रतिभागी नियमित रूप से टेलीविजन देखते हैं और 55.1% इंटरनेट (जैसे फेसबुक/व्हाट्सएप आदि) का प्रतिदिन उपयोग करते हैं।
4. सर्वेक्षण के अनुसार, चुनाव और राजनीति से जुड़ी जानकारी पाने के लिए अखबार/पत्रिकाएं (39.8%) सबसे बड़ा स्रोत थीं, इसके बाद परिवार/दोस्त/रिश्तेदार (35.5%) का स्थान था।

### मतदाता पंजीकरण:

1. सर्वेक्षण के अनुसार, एपिक (मतदाता पहचान पत्र) कवरेज 99.2% है, जो काफी अधिक है। जिन प्रतिभागियों के पास एपिक नहीं था, उनके लिए प्रमुख कारण जागरूकता की कमी थी।
2. लगभग 98% प्रतिभागी निर्वाचक सूची (सामान्य रूप से वोटर्स लिस्ट) के बारे में जानते थे, और 99% से अधिक प्रतिभागियों को यह पता था कि उनके नाम निर्वाचक सूची में दर्ज हैं।
3. जिन प्रतिभागियों के नाम निर्वाचक सूची में दर्ज नहीं थे, उनमें 76.4% ने इसे जागरूकता की कमी के कारण बताया।
4. बीएलओ (49.8%) निर्वाचक पंजीकरण की आवश्यकता के बारे में जानकारी का सबसे प्रमुख स्रोत थे, इसके बाद दोस्तों/रिश्तेदारों (44.8%) का स्थान रहा। खास बात यह है कि 92.9% प्रतिभागी बीएलओ को मतदाता पंजीकरण से जुड़े मामलों के लिए नियुक्त

स्थानीय व्यक्ति के रूप में जानते थे। 99.7% प्रतिभागियों ने स्वीकार किया कि स्थानीय स्तर पर नियुक्त व्यक्तियों (बीएलओ/चुनाव एजेंट/पहचान अधिकारी) ने उनके घरों का दौरा किया है।

5. जहां 98.9% प्रतिभागियों के विवरण निर्वाचक सूची में सही दर्ज थे, वहीं 31.8% प्रतिभागियों ने बताया कि उनके कुछ परिवार के सदस्य जो योग्य थे, उनके नाम निर्वाचक सूची में दर्ज नहीं थे।
6. प्रतिभागियों के लिए प्रमुख पंजीकरण केंद्रों में तालुका (सब डिवीजन/अनुमंडल) कार्यालय (43.5%), बीडीओ कार्यालय (22.1%), और मतदाता सहायता केंद्र (18.9%) शामिल थे।
7. 67.3% प्रतिभागियों ने बताया कि उनके मतदाता पहचान पत्र पिछली संसदीय चुनावों से पहले जारी किए गए थे, जबकि 31.8% प्रतिभागियों को यह याद नहीं था कि उनके एपिक कब जारी हुए। 37% से अधिक प्रतिभागियों ने स्वीकार किया कि उन्हें उनके एपिक 15 दिनों के भीतर प्राप्त हुए। 88% प्रतिभागियों ने मतदाता पहचान पत्र प्राप्त करने में जटिलताओं का हवाला दिया, जिसमें लंबी प्रक्रिया (83.8%), अधिकारियों का असहयोग और संबंधित कार्यालय तक पहुंच की कठिनाई शामिल थी।
8. उल्लेखनीय है कि 90.2% प्रतिभागी वोट डालने के लिए मतदाता पहचान पत्र के विकल्प के रूप में अन्य पहचान पत्रों के बारे में जानते थे। इनमें लाइसेंस (36.1%), वोटर स्लिप (34.2%), और राशन कार्ड (18.4%) को विकल्प के रूप में बताया गया।
9. 99.8% से अधिक प्रतिभागी अपने मतदान केंद्रों के स्थान के बारे में जानते थे।

#### **ज्ञान, दृष्टिकोण, व्यवहार, विश्वास और प्रथाएं:**

1. सर्वेक्षण के अनुसार, 95.5% से अधिक प्रतिभागियों ने पिछले विधानसभा चुनाव (2020) में और 96.8% से अधिक ने हाल ही में संपन्न संसदीय चुनाव (2024) में मतदान किया। प्रतिभागियों ने मतदान करने के प्रमुख कारण "उम्मीदवारों का व्यक्तिगत रूप से मिलना" (33.9%) और "मैं एक राजनीतिक पार्टी का समर्थक हूँ" (32.9%) बताए।
2. मतदान न करने के मुख्य कारण "निर्वाचन क्षेत्र में अनुपस्थिति" (30.1%), "एपिक का न होना" (26.1%), और "मतदाता सूची में नाम का न होना" (11.2%) बताए गए। मतदान के दिन, 97.6% से अधिक प्रतिभागियों ने अपने मतदान अनुभव को "सुविधाजनक" बताया।
3. "उम्मीदवार को व्यक्तिगत रूप से जानना" (47.2%), "ईमानदारी" (28.1%), "अनुभव" (12.4%), और "प्रतिबद्धता" (9.4%) को उम्मीदवार के चयन के महत्वपूर्ण प्रेरक कारक बताया गया।
4. 39.3% से अधिक प्रतिभागियों ने स्वीकार किया कि उनके परिवार के सदस्य, जो मतदान के योग्य थे, हाल के चुनावों में मतदान नहीं कर सके। इसका प्रमुख कारण "प्रतिभागियों का एपिक न होना" (75.8%) और "निर्वाचन क्षेत्र में अनुपस्थिति" (18.7%) बताया गया।

5. प्रतिभागियों ने मतदान की प्राथमिकता को प्रभावित करने वाले प्रमुख कारणों के रूप में परिवार (41.4%), उम्मीदवार (40.3%), और जाति (4.2%) को बताया।
6. प्रतिभागियों के अनुसार, उनके क्षेत्रों में उच्च मतदान प्रतिशत के प्रमुख कारण "अच्छे उम्मीदवार" (32.8%), "धनबल" (22.4%), "मतदान का महत्व" (20.6%), और "अनुकूल वातावरण" (17.7%) थे।
7. 73.1% से अधिक प्रतिभागियों को चुनाव के दौरान कोई सुरक्षा चिंता महसूस नहीं हुई, जबकि 22.5% प्रतिभागियों ने सुरक्षा को लेकर चिंता जताई। हालांकि, 86.9% से अधिक प्रतिभागियों ने पुलिस बल की तैनाती को "पर्याप्त" बताया।
8. 99.3% से अधिक प्रतिभागियों ने मतदान प्रक्रिया के दौरान मतदान कर्मियों के व्यवहार को "बहुत सहयोगी" और "सहयोगी" बताया। हालांकि, 32.8% से अधिक प्रतिभागियों को मतदान केंद्रों पर कठिनाइयों का सामना करना पड़ा, जिसमें लंबी कतारें, शौचालय, पेयजल और रैंप की कमी, और बुजुर्गों के लिए अलग कतारों का अभाव प्रमुख कारण थे।

#### मतदाता जागरूकता और दृष्टिकोण:

1. 90.6% से अधिक प्रतिभागियों को अपने विधानसभा क्षेत्र (AC) का नाम पता था, और 94.1% से अधिक प्रतिभागियों को मतदाता के रूप में पंजीकरण के लिए न्यूनतम आयु सही पता थी। हालांकि, केवल 13.8% प्रतिभागियों को पात्रता तय करने के लिए चार कट-ऑफ तिथियों (1 जनवरी, 1 अप्रैल, 1 जुलाई, 1 अक्टूबर) की जानकारी थी। 63% प्रतिभागियों को विशेष संक्षिप्त पुनरीक्षण (Special Summary Revision) के बारे में जानकारी थी, जो मतदाता पंजीकरण के लिए एक विशेष अभियान है।
2. केवल 15% प्रतिभागियों को राष्ट्रीय मतदाता दिवस (National Voters' Day) की सही जानकारी थी।
3. 81.8% प्रतिभागियों ने बताया कि उन्होंने मतदान करते समय NOTA (किसी भी उम्मीदवार को न चुनने का विकल्प) देखा था, जबकि 14.4% प्रतिभागियों को NOTA के बारे में बिल्कुल जानकारी नहीं थी। इसी तरह, 63.7% प्रतिभागियों ने स्वीकार किया कि उन्होंने ईवीएम (EVM) पर ब्रेल में उम्मीदवारों/राजनैतिक दलों के विवरण, और 86.2% ने कहा कि उन्होंने मतदान करते समय वीवीपैट (VVPAT) देखा।
4. केवल 57.1% प्रतिभागियों को मतदाता हेल्पलाइन एप्लिकेशन/पोर्टल या अन्य निर्वाचन संबंधित वेबसाइट की जानकारी थी। 95.9% प्रतिभागियों ने निर्वाचन संबंधी वेबसाइट का उपयोग निर्वाचक सूची में नाम और अन्य विवरण खोजने के लिए किया।
5. 86.8% प्रतिभागियों ने स्वीकार किया कि केवल एपिक (EPIC) होना उन्हें मतदान का अधिकार नहीं देता, जब तक उनके नाम नवीनतम मतदाता सूची में न हों। 89.9% से अधिक प्रतिभागियों ने यह भी माना कि एक से अधिक स्थानों पर एपिक रखना अपराध है।

## दिव्यांग व्यक्तियों (PwD) की भागीदारी:

1. अधिकांश दिव्यांग प्रतिभागियों (73.2%) ने PwD भागीदारी के लिए मतदाता जागरूकता सामग्री के संपर्क में आने की बात मानी, लेकिन केवल 6.3% प्रतिभागियों ने स्वीकार किया कि उन्हें बीएलओ (BLO) ने संपर्क किया।
2. 55.1% दिव्यांग प्रतिभागियों को भारत निर्वाचन आयोग के सक्षम ऐप (Saksham App) की जानकारी थी।
3. 76.1% दिव्यांग प्रतिभागियों ने पंजीकरण प्रक्रिया को आसान पाया। हालांकि, लंबी कतारें, PwD मतदाताओं के लिए अलग कतारों की कमी और रैंप जैसी सुविधाओं की अनुपलब्धता कुछ प्रमुख समस्याएं थीं।
4. 28.3% प्रतिभागियों को डाक मतपत्र (Postal Ballot) की सुविधा के बारे में जानकारी नहीं थी, जिसे भारत निर्वाचन आयोग ने दिव्यांग मतदाताओं के लिए उपलब्ध कराया है।

## प्रलोभन:

1. केवल 7.2% प्रतिभागियों ने चुनावी प्रक्रिया में किसी भी प्रकार के प्रलोभन (जैसे धन/बल प्रयोग) के होने की बात मानी। प्रलोभनों में नगद वितरण (48.8%), भोजन के पैकेट (19.7%), और शराब (7.7%) को मुख्य रूप से बताया गया।
2. केवल 12.3% प्रतिभागियों ने स्वीकार किया कि वे राजनीतिक दलों द्वारा आयोजित रैली/सभा का हिस्सा बने; इनमें से अधिकांश (76%) ने अपनी खुद की खर्च पर भाग लिया।
3. 79% से अधिक प्रतिभागियों को cVIGIL ऐप और KYC ऐप के बारे में जानकारी नहीं थी।

## बिहार पर आधारित प्रश्न:

1. **मतदाता जागरूकता सामग्री का संपर्क:**
  - 69.5% प्रतिभागियों ने लोकसभा आम निर्वाचन 2024 के दौरान मतदाता जागरूकता सामग्री के संपर्क में आने की बात कही।
  - इनमें सबसे अधिक समाचार पत्र/विज्ञापन/पोस्टर (59.5%), जागरूकता वाहन (15.9%), और होर्डिंग्स/फ्लेक्स (15.1%) प्रमुख थे।
  - केवल 41.4% प्रतिभागियों ने एसवीईईपी आइकन (SVEEP Icon) के संदेश/वीडियो को देखा था, जिनमें से अधिकांश (85.1%) ने मैथिली ठाकुर का वीडियो देखा।
2. **सोशल मीडिया हैंडल की जानकारी:**
  - केवल 40% प्रतिभागियों को मुख्य निर्वाचन पदाधिकारी, बिहार के कार्यालय (O/o the CEO, Bihar) के सोशल मीडिया हैंडल की जानकारी थी।

### 3. डोर-टू-डोर जागरूकता अभियान:

- लोकसभा आम निर्वाचन 2024 के दौरान डोर-टू-डोर जागरूकता अभियान/अंतर वैक्तिक संवाद राज्य के लिए एक सकारात्मक पहलू साबित हुआ।
- 81.2% प्रतिभागियों ने बताया कि निर्वाचन अधिकारियों ने इस अभियान के दौरान उनसे संपर्क किया।
- 66.2% प्रतिभागियों को "हर घर दस्तक अभियान" के माध्यम से मतदान की तिथि और समय की जानकारी मिली।

### 4. मतदाता पर्ची:

- 90.4% प्रतिभागियों ने स्वीकार किया कि उन्हें निर्वाचन से पहले मतदाता पर्ची प्राप्त हुई।
- 14.1% प्रतिभागियों ने वोटर स्लिप को मतदान के लिए अनिवार्य दस्तावेज माना।

### 5. गर्मी और मतदान:

- 99.1% प्रतिभागियों ने माना कि लू/गर्मी ने मतदाताओं को मतदान के लिए जाने से हतोत्साहित किया।

### 6. गर्मी से बचाव के उपाय:

- 87.8% प्रतिभागियों ने स्वीकार किया कि मतदान केंद्रों पर गर्मी से बचाव के लिए सुविधाएं थीं, जिनमें छाया, प्राथमिक उपचार, पेयजल और कुछ स्थानों पर ग्लूकोज भी शामिल थे।

### 7. महिला मतदाताओं का पंजीकरण:

- केवल 33.3% प्रतिभागियों ने माना कि उनके परिवार में पुरुषों की तुलना में अधिक महिलाओं का निर्वाचक सूची में नामांकन हुआ।
- इसका प्रमुख कारण यह था कि परिवार में अधिक महिला सदस्य थीं (84.5%)।
- 11% से अधिक प्रतिभागियों ने स्वीकार किया कि परिवार के पुरुष सदस्य जो प्रवासी थे, उनके अनुपस्थिति में केवल महिला सदस्यों का ही पंजीकरण हुआ।

# अध्याय - 1

## परिचय

### 1.1 अध्ययन की पृष्ठभूमि

केएपी एंडलाइन सर्वेक्षण (Knowledge, Attitude and Practices- KAP Endline Survey) सर्वेक्षण भारत निर्वाचन आयोग के प्रमुख सर्वेक्षण हैं, जो निर्वाचन वर्ष में दो बार (चुनाव से पहले और चुनाव के बाद) संबंधित राज्यों और केंद्रशासित प्रदेशों के मुख्य निर्वाचन अधिकारी के कार्यालय द्वारा कराये जाते हैं। जैसा कि इनके नाम से स्पष्ट है, ये सर्वेक्षण मतदाताओं के निर्वाचन प्रक्रियाओं के प्रति ज्ञान, दृष्टिकोण और जागरूकता के बारे में महत्वपूर्ण जानकारी प्रदान करते हैं, जो उनके एक मतदाता के रूप में व्यवहारिक आचरण को प्रदर्शित करते हैं। राज्य में आयोजित KAP बेसलाइन और KAP एंडलाइन सर्वेक्षण का उद्देश्य दोहरा है जो क्रमशः चुनाव से पहले और चुनाव के बाद फीडबैक लर्निंग के सिद्धांतों के माध्यम से आगामी चुनावों में अधिकतम मतदान सुनिश्चित करने के लिए प्रभावी रणनीतियों को तैयार करने के साथ-साथ मतदान प्रतिशत में बढ़ोतरी करने में सहायता देना है।

भारत निर्वाचन आयोग (ECI) के निर्देशों के मद्देनजर, बिहार के मुख्य निर्वाचन पदाधिकारी के कार्यालय ने लोकसभा आम निर्वाचन, 2024 के संबंध में KAP बेसलाइन सर्वेक्षण की रिपोर्ट 2023 में प्रकाशित की थी। इसके बाद मौजूदा रिपोर्ट लोकसभा 2024 के आम चुनावों के संपन्न होने के बाद अगस्त-सितंबर 2024 में आयोजित KAP एंडलाइन सर्वेक्षण के निष्कर्ष प्रस्तुत करती है।

अन्य राज्यों और केंद्रशासित प्रदेशों के विपरीत, बिहार ने अपनी इन-हाउस संसाधनों की मदद से इस सर्वेक्षण को अनूठे तरीके से पूरा किया। बिहार निर्वाचन सेवा केंद्र के समर्पित अधिकारियों के माध्यम से KAP सर्वेक्षण में सभी 243 विधानसभा क्षेत्रों को कवर किया गया। इसके अतिरिक्त, यह उल्लेखनीय है कि बिहार में KAP सर्वेक्षण पूरी तरह से पेपरलेस डिजिटल मोड में KAP सर्वे ऐप के माध्यम से किया गया, जिसे राज्य स्तर की एजेंसी द्वारा इन-हाउस विकसित किया गया था। इस ऐप ने सर्वेक्षण अधिकारियों को ऑनलाइन प्रतिक्रिया रिकॉर्ड करने की सुविधा दी, साथ ही डेटा को ऑफलाइन स्टोर करने और बाद में अपलोड करने का विशेष प्रावधान भी उपलब्ध कराया। यह उन क्षेत्रों में काफी मददगार साबित हुआ, जहां इंटरनेट कनेक्टिविटी सीमित थी। इसके अलावा इस ऐप ने सर्वेक्षक के जीपीएस निर्देशांक भी रिकॉर्ड किए, जिससे वास्तविक समय में निगरानी संभव हुई।

### 1.2 सर्वेक्षण के उद्देश्य

इस सर्वेक्षण का उद्देश्य निम्नलिखित व्यापक लक्ष्यों को प्राप्त करना है:

1.2.1 मतदाता पंजीकरण/नामांकन प्रक्रिया के विभिन्न पहलुओं के प्रति मतदाताओं की जागरूकता के स्तर एवं इस प्रक्रिया के दौरान आने वाली चुनौतियों का मूल्यांकन करना।

1.2.2 पिछले निर्वाचनों के दौरान मतदाताओं के मतदान प्रक्रिया के ज्ञान और उनके मतदान अनुभव का आकलन करना।

1.2.3 पिछले निर्वाचनों में की गई प्रशासनिक तैयारियों की प्रभावशीलता का मूल्यांकन करना।

1.2.4 मतदाताओं द्वारा उपयोग किए गए चुनाव से संबंधित जानकारी के प्रमुख स्रोतों की पहचान करना।

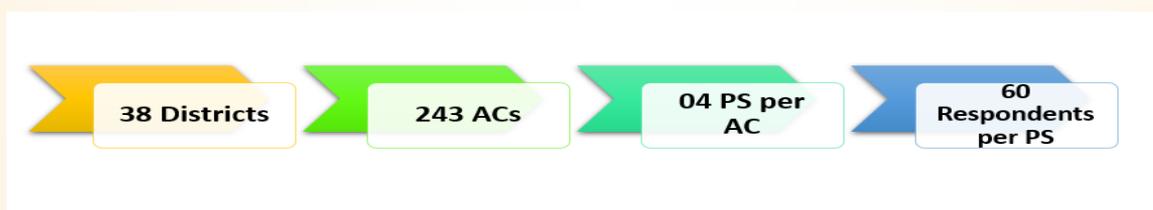
1.2.5 मतदाताओं की निर्वाचन प्रक्रिया में भागीदारी या गैर-भागीदारी विशेषकर मतदान के दिन सुनिश्चित करने वाले प्रमुख कारकों की पहचान करना।

1.2.6 दिव्यांगजनों (PwDs) के पंजीकरण/नामांकन और मतदान के दौरान संबंधी चुनौतियों का विश्लेषण करना।

1.2.7 निर्वाचनों के दौरान मतदाताओं को दिए गए विभिन्न प्रलोभनों का आकलन करना।

1.2.8 बिहार पर आधारित विशिष्ट प्रश्नों के एक विशेष खंड के माध्यम से मतदाताओं पर स्वीप (SVEEP) गतिविधियों की प्रभावशीलता और कम मतदान दर के कारणों का विश्लेषण करना।

### 1.3 भौगोलिक कवरेज और अनुसंधान पद्धति

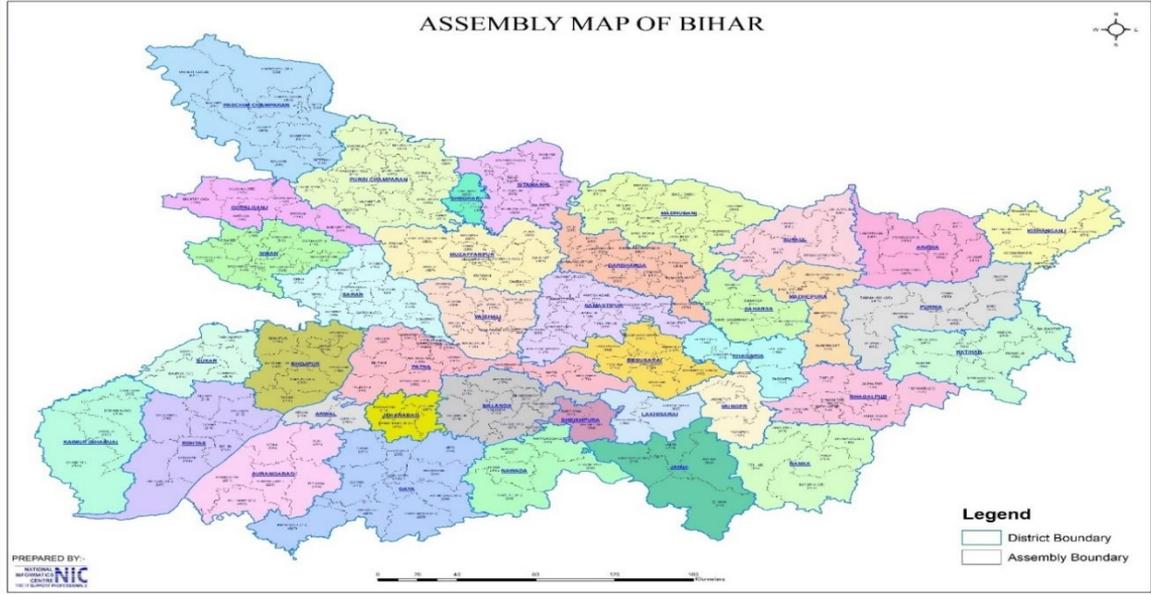


वर्तमान सर्वेक्षण में राज्य के सभी 243 विधानसभा क्षेत्रों (100% विधानसभा क्षेत्रों) को कवर किया गया है, जिसमें हाल ही में संपन्न लोकसभा आम चुनाव 2024 के दौरान मतदान प्रतिशत (VTR) के आधार पर प्रत्येक विधानसभा क्षेत्र से 4 मतदान केंद्र (PS) चुने गए। इस चयन प्रक्रिया के तहत ग्रामीण और शहरी क्षेत्रों से क्रमशः 2 मतदान केंद्रों का चयन किया गया, जिसमें एक मतदान केंद्र कम VTR वाला और दूसरा उच्च VTR वाला था।

इस प्रकार, राज्य भर में प्रत्येक विधानसभा क्षेत्र से 4 मतदान केंद्रों पर सर्वेक्षण किया गया, जहां प्रत्येक मतदान केंद्र पर 60 प्रतिभागियों को कवर किया गया।

सर्वेक्षण के वास्तविक संचालन से पहले, ऐप का एक डेमो संस्करण लॉन्च किया गया था ताकि फीडबैक प्राप्त हो सके और उसमें सुधार किया जा सके। इसके साथ ही, सर्वेक्षण शुरू होने से पहले निर्वाचन अधिकारियों को प्रशिक्षण भी प्रदान किया गया।

चित्र 1.1: केएपी सर्वेक्षण 2024 में शामिल 243 विधानसभा क्षेत्र



### 1.3.1 सैंपलिंग, प्रतिभागियों का चयन और डेटा संग्रह

क्षेत्रीय टीमों को प्रतिभागियों के चयन और सर्वेक्षण की गुणवत्ता बनाए रखने के लिए सैंपल सेट को यथासंभव विविध बनाने के लिए विस्तृत निर्देश दिए गये थे। चयनित सैंपल प्रतिभागियों में जनसांख्यिकी (आयु वर्ग, लिंग), भौगोलिक क्षेत्र, स्थान (शहरी, ग्रामीण), और मतदान प्रतिशत अनुपात जैसे प्रमुख मापदंडों को शामिल किया गया। यह प्रक्रिया किश-ग्रिड (Kish-Grid) पद्धति के मूल सिद्धांतों के अनुरूप रखी गई है।

इस अध्ययन के लिए, सर्वेक्षण अधिकारियों द्वारा प्रश्नावली पर आधारित एक मात्रात्मक शोध पद्धति का उपयोग किया गया, जिसमें मतदाताओं की चुनाव-संबंधी प्रक्रियाओं के प्रति धारणाओं, दृष्टिकोणों, विश्वासों और ज्ञान स्तर को मापा गया। यह विधि कम लागत की होने के साथ बड़े सैंपल सेट का डेटा एकत्र करने के लिए उपयुक्त होती है। इस प्रकार, सर्वेक्षण के लिए 59,610 प्रतिभागियों को लक्षित किया गया।

इस सर्वेक्षण में प्राथमिक डेटा को भारत निर्वाचन आयोग द्वारा तैयार की गई मानक प्रश्नावली के माध्यम से एकत्र किया गया है। इसके अतिरिक्त, नवीनतम मतदान प्रतिशत अनुपात और मतदाता सूची से संबंधित द्वितीयक डेटा जिला निर्वाचन अधिकारी और मुख्य निर्वाचन अधिकारी, बिहार के कार्यालयों से प्राप्त किया गया।

### 1.3.2 फील्ड सर्वेक्षण, डेटा संग्रह और डेटा प्रोसेसिंग

निर्वाचन अधिकारियों ने राज्य के विभिन्न हिस्सों में सर्वेक्षण किया, जिसमें अपने-अपने विधानसभा क्षेत्रों (ACs)/मतदान केंद्रों (PS) को कवर किया। सर्वेक्षण के दौरान निर्वाचन अधिकारियों के डेटा संग्रहण के कार्य दैनिक स्तर पर निकटता से निगरानी में रखा गया। इसके साथ ही किसी भी तकनीकी समस्या के मामले में त्वरित सहायता प्रदान की गई।

चूंकि डेटा डिजिटल प्रारूप में एकत्र किया गया था, इसलिए मैनुअल प्रविष्टियों की आवश्यकता नहीं थी। एकत्रित डेटा को पोर्टल से तकनीकी टीम द्वारा निकाला गया और आगे के विश्लेषण के लिए .xlsx प्रारूप में संकलित किया गया।

### 1.4 डेटा विश्लेषण और डॉक्यूमेंटेशन

प्राप्त विस्तृत डेटा को तालिकाओं और चार्ट्स में संकलित और संक्षिप्त किया गया, ताकि यह रिपोर्ट लेखन के उद्देश्य के लिए सटीक अंतर्दृष्टि प्रदान कर सके। प्रश्नावली के विभिन्न खंडों के आधार पर इस रिपोर्ट के संबंधित अध्याय तैयार किए जो इस दस्तावेज़ के आगे के पृष्ठों में प्रस्तुत किए गए हैं। रिपोर्ट में सांख्यिकीय डेटा को प्रतिशत के रूप में प्रस्तुत किया गया है ताकि पाठक संबंधित विषय की तुलनात्मक तस्वीर को आसानी से समझ सकें।

सर्वेक्षण प्रक्रिया के दौरान प्राप्त गुणात्मक अंतर्दृष्टि, जैसे प्रतिभागियों के साथ मौखिक बातचीत, मानवीय और अन्य प्रशासनिक अनुभव, इस रिपोर्ट के अवलोकन और सिफारिशों को समृद्ध करने के लिए उपयोग की गई हैं।

### 1.5 नैतिक विचार

सर्वेक्षण के दौरान नैतिक सिद्धांतों से कोई समझौता नहीं किया गया। डेटा संग्रहण के पूर्व प्रतिभागियों की सहमति प्राप्त की गई, गोपनीयता, प्रतिभागियों की पहचान छिपाए रखने, गरिमा बनाए रखने और प्रश्नों के उत्तर देने की स्वतंत्रता जैसे सिद्धांतों का पालन किया गया।

सर्वेक्षण का विश्लेषण केवल श्रेणी के प्रतिभागियों की संख्या पर केंद्रित था, और उनकी पहचान का कोई संदर्भ नहीं दिया गया। अधिकारियों ने केवल आवश्यक व्यक्तिगत जानकारी एकत्र की, जो सर्वेक्षण के संचालन और प्रतिभागियों के चयन में पुनरावृत्ति से बचने के लिए अनिवार्य थी।

### 1.5 अध्ययन की सीमाएँ

तमाम कोशिशों के बावजूद, इस रिपोर्ट में कुछ कमियाँ हो सकती हैं। इस अध्ययन का मुख्य उद्देश्य आंकड़ों का विश्लेषण करना है, ताकि सैंपल डेटा से मिले विचारों और प्रतिक्रियाओं को मापा जा सके और उनके आधार पर निष्कर्ष निकाला जा सके।

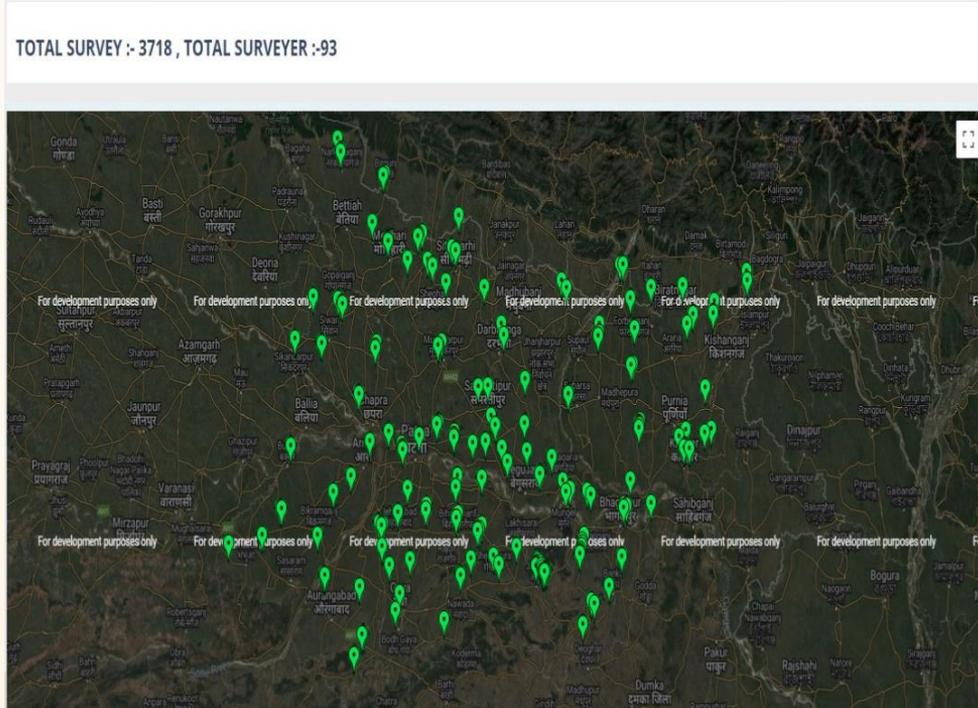
यह अध्ययन लोगों या संस्थानों के बीच बातचीत या सामाजिक संबंधों को नहीं देखता, बल्कि केवल शामिल व्यक्तियों की विशेषताओं पर ध्यान देता है।

समय और संसाधनों की कमी के कारण, डेटा संग्रह हर विधानसभा क्षेत्र (AC) में केवल 4 मतदान केंद्रों तक सीमित था। यह डेटा पूरे राज्य के मतदाता समूह का सिर्फ एक छोटा हिस्सा है। अगर इस अध्ययन को बिहार के अधिक इलाकों और बड़े सैंपल के साथ दोबारा किया जाए, तो इसके निष्कर्षों को और बेहतर तरीके से समझा और अपनाया जा सकता है।

## 1.6 निष्कर्ष

यह अध्याय सर्वेक्षण की पृष्ठभूमि, अनुसंधान के उद्देश्यों, चुने गए प्रतिभागियों और सर्वेक्षण के अलग-अलग चरणों की जानकारी देता है। इसके साथ ही, यह अध्याय सर्वेक्षण से जुड़ी नैतिकता और इसकी सीमाओं पर भी रोशनी डालता है, जो किसी भी सर्वेक्षण रिपोर्ट का अहम हिस्सा होती हैं।

**फोटो:** राज्य में सर्वेक्षण के स्थानों का विवरण, जिन्हें मुख्य निर्वाचन पदाधिकारी (CEO) के कार्यालय द्वारा रियल-टाइम GPS लोकेशन के माध्यम से मॉनिटर किया गया।



## अध्याय-2

### सामाजिक-आर्थिक एवं जनसांख्यिकीय पृष्ठभूमि

यह खंड प्रतिभागियों की सामाजिक-आर्थिक और जनसांख्यिकीय विशेषताओं का अवलोकन प्रदान करता है। प्रश्नावली के उत्तरों से प्रतिभागियों के निवास स्थान, शैक्षणिक योग्यता, व्यवसाय, सामाजिक समूह और रेडियो सुनने, समाचार पत्र पढ़ने, टेलीविजन देखने और इंटरनेट उपयोग जैसी गतिविधियों के बारे में मूलभूत जानकारी प्राप्त हुई है।

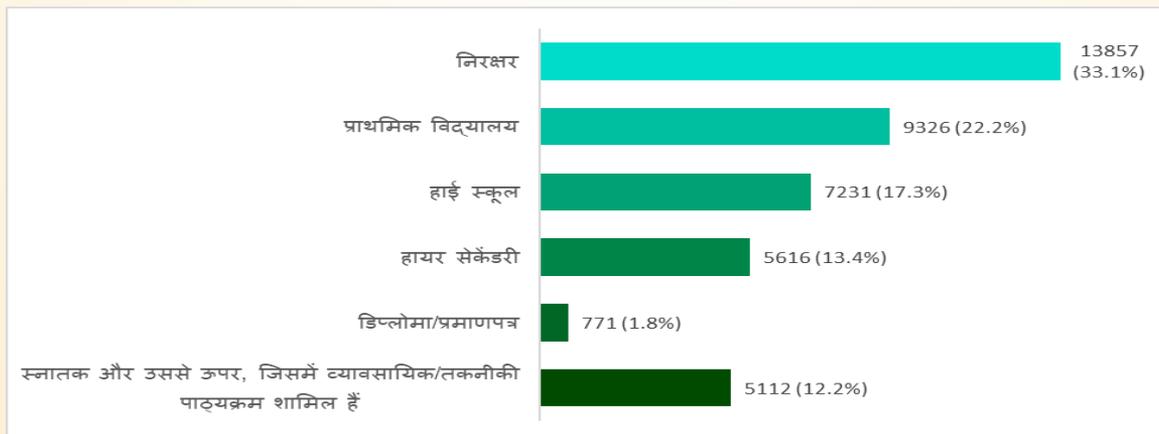
#### 2.1 प्रतिभागियों की शैक्षणिक योग्यता

मतदाता जागरूकता कार्यक्रम बनाते समय मतदाताओं के शैक्षणिक स्तर का मूल्यांकन करना महत्वपूर्ण है। सर्वेक्षण में शामिल 41913 प्रतिभागियों में से 12.2% स्नातक या उससे अधिक थे, जबकि 33.1% निरक्षर थे। 22.2% प्रतिभागियों ने प्राथमिक विद्यालय, 17.3% ने हाई स्कूल तथा 13.4% प्रतिभागियों ने उच्चतर माध्यमिक तक शिक्षा प्राप्त की थी। इसके अतिरिक्त, 1.8% प्रतिभागियों के पास डिप्लोमा था।

तालिका 2.1: प्रतिभागियों की शैक्षणिक योग्यता

शैक्षणिक योग्यता	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
निरक्षर	13857	33.1
प्राथमिक विद्यालय	9326	22.2
हाई स्कूल	7231	17.3
हायर सेकेंडरी	5616	13.4
डिप्लोमा/प्रमाणपत्र	771	1.8
स्नातक और उससे ऊपर, जिसमें व्यावसायिक/तकनीकी पाठ्यक्रम शामिल हैं	5112	12.2
<b>कुल</b>	<b>41913</b>	<b>100</b>

चित्र 2.1: प्रतिभागियों की शैक्षणिक योग्यता



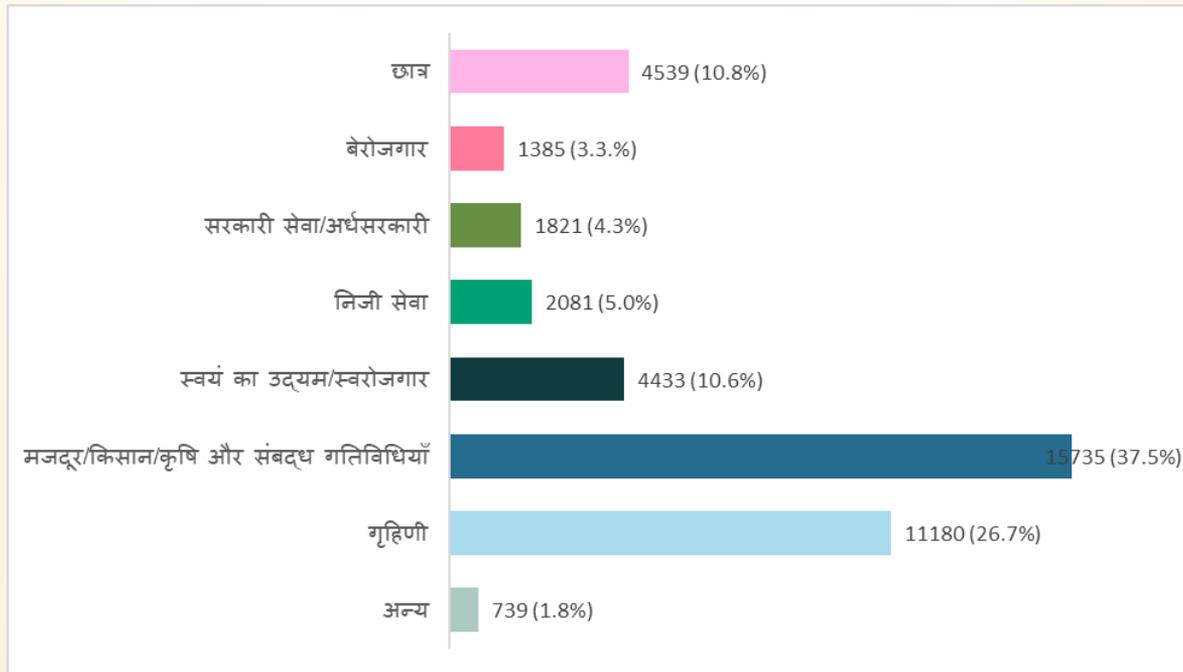
## 2.2 प्रतिभागियों के व्यवसाय

तालिका 2.2 प्रतिभागियों के व्यवसायों को दर्शाती है। उल्लेखनीय रूप से अधिकांश प्रतिभागी अनौपचारिक क्षेत्र में शामिल थे, जैसे कि कृषि और संबद्ध गतिविधियों में 37.5% मजदूर और किसान थे। प्रतिभागियों में 26.7% गृहिणी शामिल थीं, जबकि 10.6% स्व-रोजगार में थे। केवल 4.3% सरकारी सेवा में कार्यरत थे और 5.0% निजी क्षेत्र में काम करते थे। 10.8% छात्र थे और 3.3% बेरोजगार थे।

तालिका 2.2: प्रतिभागियों का व्यवसाय

व्यवसाय	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
छात्र	4539	10.8
बेरोजगार	1385	3.3
सरकारी सेवा/अर्धसरकारी	1821	4.3
निजी सेवा	2081	5.0
स्वयं का उद्यम/स्वरोजगार	4433	10.6
मजदूर/किसान/कृषि और संबद्ध गतिविधियाँ	15735	37.5
गृहिणी	11180	26.7
अन्य	739	1.8
<b>कुल</b>	<b>41913</b>	<b>100</b>

चित्र 2.2: प्रतिभागियों का व्यवसाय



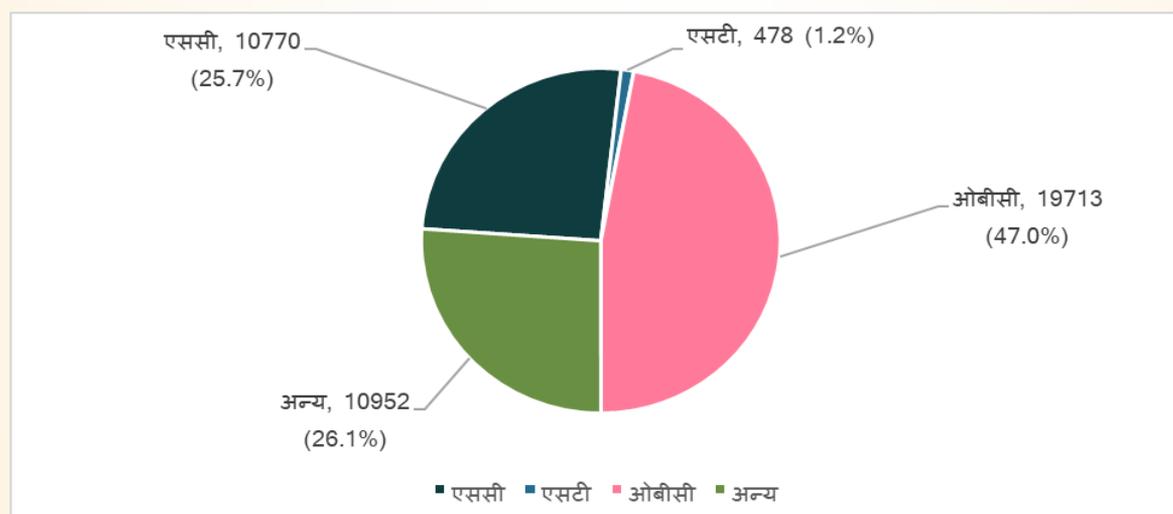
### 2.3 प्रतिभागियों का सामाजिक समूह

जब प्रतिभागियों के सामाजिक समूह के बारे में पूछा गया तो उल्लेखनीय रूप से 47% प्रतिभागी अन्य पिछड़ी जाति (ओबीसी) श्रेणी का हिस्सा थे, जबकि 25.7% अनुसूचित जाति (एससी) तथा 1.1% अनुसूचित जनजाति (एसटी) श्रेणी से थे। 26.1% अन्य सामाजिक समूहों से जुड़े थे।

तालिका 2.3: प्रतिभागियों का सामाजिक समूह

सामाजिक समूह	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
एससी	10770	25.7
एसटी	478	1.2
ओबीसी	19713	47.0
अन्य	10952	26.1
कुल	41913	100

चित्र 2.3: प्रतिभागियों का सामाजिक समूह



### 2.4 प्रतिभागियों की पढ़ने, सुनने, देखने, इंटरनेट/सोशल मीडिया सर्फिंग की आदतें

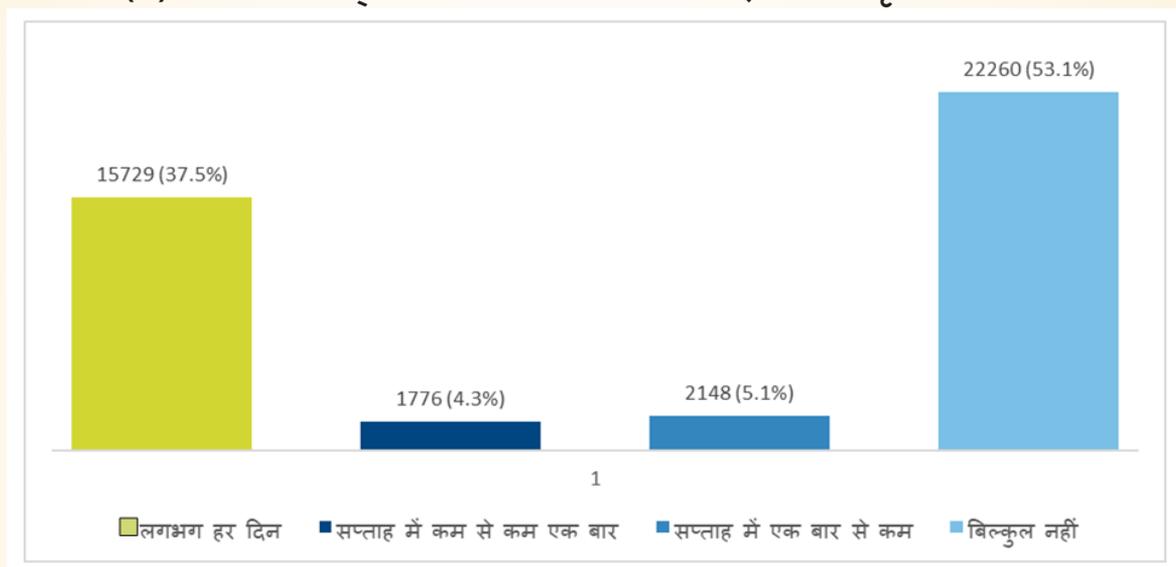
#### 2.4 (क) प्रतिभागियों की पढ़ने की आदतें

तालिका 2.4 (क) में समाचारपत्रों या पत्रिकाओं से जुड़ने वाले प्रतिभागियों की आवृत्ति दर्शाई गई है। हमारे प्रतिभागियों का एक बड़ा हिस्सा (53.11%) समाचारपत्र या पत्रिकाएं बिल्कुल नहीं पढ़ता है। इसके विपरीत, 37.52% प्रतिभागी लगभग हर दिन समाचारपत्र या पत्रिकाएं पढ़ते हैं। 4.23% लोग कम से कम हफ्ते में एक बार पढ़ते हैं जबकि 5.12% हफ्ते में एक बार से भी कम पढ़ते हैं। यह जानकारी हमें SVEEP के प्रचार-प्रसार को बढ़ाने के लिए उपयुक्त मीडिया चैनल चुनने में सहायता करेगी।

तालिका 2.4 (क): प्रतिभागियों द्वारा समाचार पत्र या पत्रिका पढ़ने की आवृत्ति

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
लगभग हर दिन	15729	37.5
सप्ताह में कम से कम एक बार	1776	4.3
सप्ताह में एक बार से कम	2148	5.1
बिल्कुल नहीं	22260	53.1
कुल	41913	100

चित्र 2.4 (क): प्रतिभागियों द्वारा समाचार पत्र या पत्रिका पढ़ने की आवृत्ति



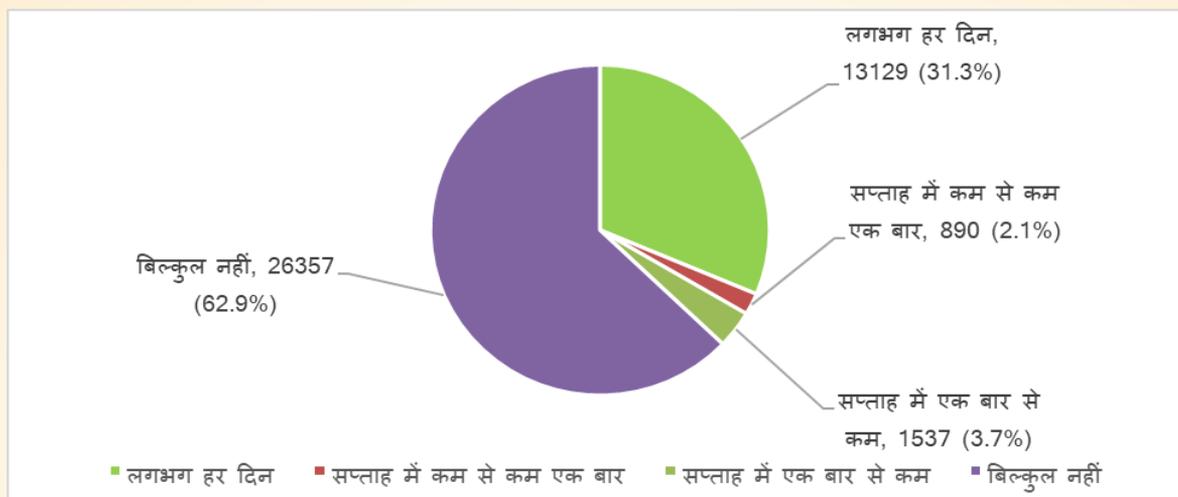
#### 2.4 (ख) प्रतिभागियों की सुनने की आदतें

तालिका 2.4 (ख) प्रतिभागियों द्वारा रेडियो सुनने की आवृत्ति को दर्शाती है। 62.9% प्रतिभागी रेडियो नहीं सुनते हैं, जबकि 31.3% लगभग रोजाना सुनते हैं। इसके अतिरिक्त, 2.1% प्रतिभागी सप्ताह में कम से कम एक बार रेडियो सुनते हैं जबकि 3.7% सप्ताह में एक बार से भी कम रेडियो सुनते हैं।

तालिका 2.4 (ख): प्रतिभागियों द्वारा रेडियो सुनने की आवृत्ति

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
लगभग हर दिन	13129	31.3
सप्ताह में कम से कम एक बार	890	2.1
सप्ताह में एक बार से कम	1537	3.7
बिल्कुल नहीं	26357	62.9
कुल	41913	100

चित्र 2.4 (ख): प्रतिभागियों द्वारा रेडियो सुनने की आवृत्ति



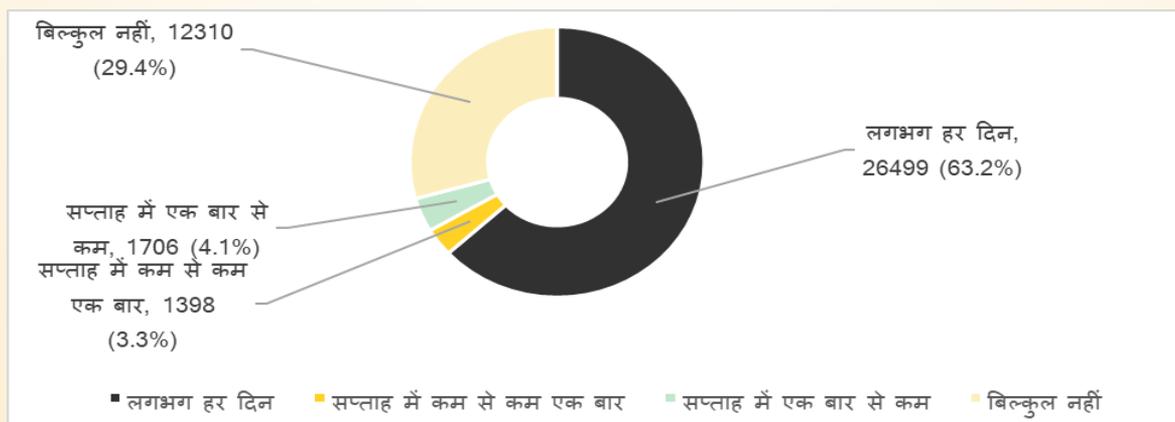
#### 2.4 (ग) प्रतिभागियों की टेलीविजन देखने की आदतें

तालिका 2.4 (ग) में दी गई जानकारी टेलीविजन देखने की आदत से संबंधित है। लगभग दो-तिहाई (63.2%) प्रतिभागी प्रतिदिन टेलीविजन देखते हैं, जबकि लगभग एक तिहाई (29.4%) प्रतिभागी टेलीविजन बिल्कुल भी नहीं देखते हैं। केवल 3.3% प्रतिभागी सप्ताह में कम से कम एक बार टेलीविजन देखते हैं जबकि 4.1% सप्ताह में एक बार से कम देखते हैं।

तालिका 2.4 (ग): प्रतिभागियों द्वारा टेलीविजन देखने की आवृत्ति

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
लगभग हर दिन	26499	63.2
सप्ताह में कम से कम एक बार	1398	3.3
सप्ताह में एक बार से कम	1706	4.1
बिल्कुल नहीं	12310	29.4
<b>कुल</b>	<b>41913</b>	<b>100</b>

चित्र 2.4 (ग): प्रतिभागियों द्वारा टेलीविजन देखने की आवृत्ति



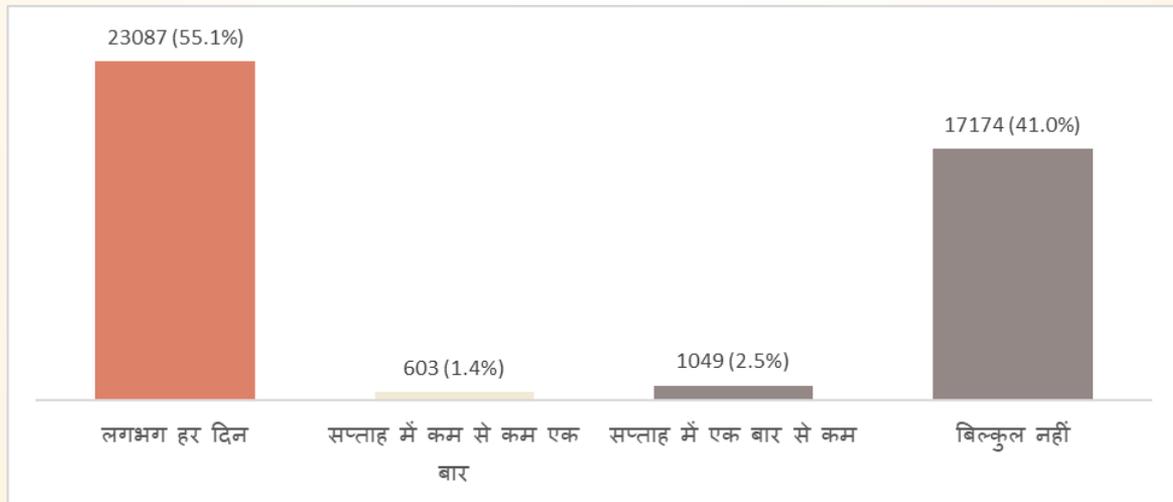
#### 2.4 (घ) प्रतिभागियों द्वारा इंटरनेट का उपयोग

तालिका 2.4 (घ) में प्रस्तुत जानकारी सर्वेक्षण प्रतिभागियों के बीच इंटरनेट के उपयोग को दर्शाती है। उल्लेखनीय है कि 55.1% प्रतिभागी प्रतिदिन इंटरनेट का उपयोग करते हैं, जबकि 41.0% के पास इसकी पहुँच नहीं है। इसके अतिरिक्त, 1.4% प्रतिभागी सप्ताह में कम से कम एक बार इंटरनेट का उपयोग करते हैं जबकि 2.5% सप्ताह में एक बार से भी कम इसका उपयोग करते हैं।

तालिका 2.4 (घ): प्रतिभागियों द्वारा इंटरनेट (फेसबुक, व्हाट्सएप, आदि) का उपयोग करने की आवृत्ति

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
लगभग हर दिन	23087	55.1
सप्ताह में कम से कम एक बार	603	1.4
सप्ताह में एक बार से कम	1049	2.5
बिल्कुल नहीं	17174	41.0
कुल	41913	100

चित्र 2.4 (घ): प्रतिभागियों द्वारा इंटरनेट (फेसबुक, व्हाट्सएप, आदि) का उपयोग करने की आवृत्ति



#### 2.5 चुनाव और राजनीति के बारे में जानकारी प्राप्त करने के लिए प्रतिभागियों द्वारा उपयोग किए जाने वाले स्रोत

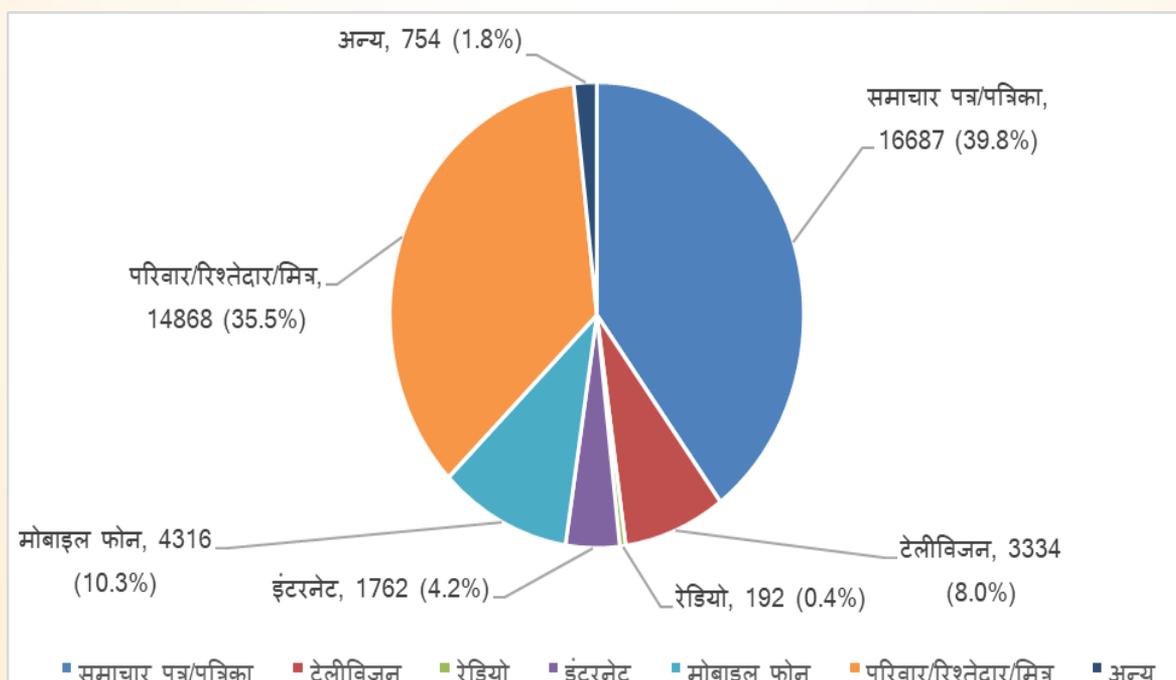
तालिका 2.5 में प्रस्तुत जानकारी चुनाव और राजनीति के बारे में जानकारी प्राप्त करने के लिए प्रतिभागियों द्वारा उपयोग किए जाने वाले स्रोतों के बारे में सर्वेक्षण निष्कर्षों को दर्शाती है। आंकड़ों से पता चलता है कि 39.8% प्रतिभागी चुनाव और राजनीति के बारे में जानकारी समाचारपत्र-पत्रिकाओं से प्राप्त करते हैं, जबकि 35.5% अपने परिवार के सदस्यों, रिश्तेदारों और

दोस्तों पर निर्भर रहते हैं। इसके अतिरिक्त, 8% प्रतिभागी टेलीविजन पर निर्भर हैं और केवल 0.4% चुनाव-संबंधी और राजनीतिक जानकारी के लिए रेडियो सुनते हैं। इसके अलावा, 10.3% प्रतिभागी मोबाइल फोन और 4.2% प्रतिभागी इंटरनेट के माध्यम से जानकारी प्राप्त करते हैं। केवल 1.8% प्रतिभागियों ने अन्य स्रोतों से चुनाव और राजनीति के बारे में समाचार प्राप्त किए।

**तालिका 2.5: प्रतिभागियों द्वारा चुनाव और राजनीति पर जानकारी प्राप्त करने के लिए उपयोग किए जाने वाले स्रोत**

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
समाचार पत्र/पत्रिका	16687	39.8
टेलीविजन	3334	8.0
रेडियो	192	0.4
इंटरनेट	1762	4.2
मोबाइल फोन	4316	10.3
परिवार/रिश्तेदार/मित्र	14868	35.5
अन्य	754	1.8
<b>कुल</b>	<b>41913</b>	<b>100</b>

**चित्र 2.5: प्रतिभागियों द्वारा चुनाव और राजनीति पर जानकारी प्राप्त करने के लिए उपयोग किए जाने वाले स्रोत**



## अवलोकन और निष्कर्ष:

### 2.6. शैक्षणिक पृष्ठभूमि

प्रतिभागियों में से 33.1% साक्षर हैं, लेकिन उनके पास औपचारिक योग्यता नहीं है, जबकि केवल 12.2% प्रतिभागियों के पास स्नातक या उच्च शिक्षा है। यह मतदाता शिक्षा कार्यक्रमों के लिए एक महत्वपूर्ण चुनौती प्रस्तुत करता है क्योंकि आबादी के बड़े हिस्से में तकनीकी जानकारी से जुड़ने के कौशल की कमी हो सकती है। मतदाता जागरूकता अभियान को सरल और उपयोगी सामग्री के साथ डिजाइन करने की आवश्यकता है ताकि कम शिक्षित लोगों के लिए समावेशिता सुनिश्चित की जा सके। प्रभावी प्रचार की समझ हेतु आसान भाषा और प्रासंगिक उदाहरण इन सामग्री को सभी शैक्षणिक स्तरों के लिए उपयोगी बनाने में महत्वपूर्ण हैं।

### 2.7. व्यावसायिक वितरण

प्रतिभागियों का एक बड़ा हिस्सा 37.5%, मजदूर या किसान हैं, और 26.7% गृहिणी हैं, जो यह दर्शाता है कि मतदाताओं का एक बड़ा हिस्सा गैर-औपचारिक या गैर-वेतनभोगी कार्यों में लगा हुआ है। इन समूहों के पास समाचार पत्रों या कार्यालयों जैसे औपचारिक संचार चैनलों तक पहुंच की संभावना कम है। आधुनिक, स्थानीय और सुलभ सम्पर्क जरूरी हैं। सामुदायिक बैठकें, मोबाइल इकाइयाँ और मीडिया जो इन समूहों तक उनके परिवेश में पहुंचते हैं जैसे कि टीवी, रेडियो या गाँव की सभाएँ, पारंपरिक प्रिंट माध्यम की तुलना में अधिक प्रभावी हो सकती हैं। संचार को उनकी दैनिक दिनचर्या के अनुरूप ढालने से यह सुनिश्चित होगा कि जानकारी उन तक पहुंचे, खासकर उन क्षेत्रों में जहां जानकारी सीमित पहुँच वाली है।

### 2.8 मीडिया उपयोग की प्राथमिकताएं

सर्वेक्षण के अनुसार, 63.2% प्रतिभागी प्रतिदिन टेलीविजन देखते हैं और 55.1% नियमित रूप से इंटरनेट का उपयोग करते हैं, जिससे यह प्लेटफॉर्म महत्वपूर्ण बनते हैं। हालांकि, केवल प्रिंट मीडिया पर निर्भरता अपर्याप्त हो सकती है क्योंकि 53.1% प्रतिभागी समाचार पत्र नहीं पढ़ते हैं। फिर भी, 39.8% प्रतिभागी अभी भी चुनाव संबंधित जानकारी के लिए प्रिंट मीडिया पर निर्भर हैं, जो इसकी निरंतर प्रासंगिकता को दर्शाता है। इसलिए एक विविध संचार रणनीति आवश्यक हो सकती है जो डिजिटल और पारंपरिक मीडिया दोनों को शामिल करती हो। टेलीविजन विज्ञापन, सोशल मीडिया अभियानों और डिजिटल सामग्री को प्रिंट और जमीनी स्तर के प्रयासों के साथ जोड़ा जाना चाहिए ताकि मतदाताओं के व्यापक स्पेक्ट्रम तक पहुँचा जा सके, जिनमें वे लोग भी शामिल हैं जो नियमित रूप से इंटरनेट या समाचार पत्र का उपयोग नहीं करते हैं।

### 2.9 जानकारी के स्रोत

प्रतिभागियों का एक महत्वपूर्ण हिस्सा (35.5%) चुनाव और राजनीति से संबंधित जानकारी के लिए परिवार, रिश्तेदारों और दोस्तों पर निर्भर करता है। यह समुदाय द्वारा संचालित मतदाता

सम्पर्क की प्रभावशीलता और सहकर्मी-आधारित संचार की शक्ति को उजागर करता है। मतदाता जागरूकता सामग्री को समुदायों और घरों के भीतर चर्चाओं को प्रोत्साहित करने के लिए डिज़ाइन किया जा सकता है, जिससे चुनाव की जानकारी अधिक स्वाभाविक रूप से फैलती है। मौखिक प्रचार और सामुदायिक संवाद उपकरण विशेष रूप से उन क्षेत्रों में सहायक हो सकते हैं जहां औपचारिक सूचना प्रसार कमजोर है। आसानी से समझ में आने वाली और साझा करने योग्य सामग्री तैयार करने से इस तरह की अन्तर सहकर्मी सूचना प्रवाह को बढ़ावा मिल सकता है। आबादी की विविध शैक्षणिक, व्यवसायिक और मीडिया आदतों को देखते हुए बहुआयामी मतदाता शिक्षा की रणनीतियाँ आवश्यक है। कार्यक्रमों में निम्नलिखित शामिल होना चाहिए :-

- कम शिक्षित लोगों के लिए मतदाता जागरूकता सामग्री को सरल और दृश्यात्मक बनाया जाये।
- सामुदायिक बैठकों, रेडियो और स्थानीय पहलों व आउटरीच माध्यमों से गैर-औपचारिक श्रमिकों को लक्षित किया जाये।
- टेलीविजन और इंटरनेट के उपयोग को बढ़ावा दिया जाये जो उन दर्शकों तक पहुँचे जो इन माध्यमों का दैनिक उपयोग करते हैं।
- प्रिंट मीडिया जैसे पारंपरिक माध्यमों को बनाए रखें और साथ ही मौखिक जानकारी को बेहतर ढंग से समझने के लिए सामुदायिक संवाद का उपयोग किया जाये।

### निष्कर्ष

विभिन्न शैक्षणिक, व्यावसायिक और सामाजिक समूहों में मतदाता पंजीकरण और जागरूकता को प्रभावी ढंग से बढ़ाने के लिए एक व्यापक और समावेशी संचार दृष्टिकोण की आवश्यकता है।

**फोटो: मधुबनी जिले के एसी 37- राजनगर में सर्वेक्षण करते निर्वाचन पदाधिकारी**



## अध्याय-3

### मतदाता पंजीकरण

भारत ने हाल ही में वर्ष 2024 में लोकसभा के लिए आम चुनाव कराने के लिए दुनिया की सबसे बड़ी चुनावी प्रक्रिया का आयोजन किया है। लोकतंत्र के इस महापर्व में भाग लेने की दिशा में मतदाता पंजीकरण पहला कदम है। अन्यथा मतदान करने के योग्य व्यक्ति को अपने मताधिकार का प्रयोग करने के लिए निर्वाचक सूची में पंजीकरण कराना होगा। निवास स्थान या किसी अन्य जानकारी में परिवर्तन के मामले में, पंजीकृत मतदाताओं को अपने पंजीकरण विवरण को अद्यतन करने की आवश्यकता हो सकती है। कोई भी पात्र व्यक्ति फॉर्म 6 भरकर मतदाता पंजीकरण के लिए आवेदन कर सकता है। भारत निर्वाचन आयोग निर्वाचक सूची में संशोधन के लिए विशेष संक्षिप्त पुनरीक्षण के माध्यम से चार अर्हता तिथियों, यानी निर्वाचक सूची के संशोधन के वर्ष की 1 जनवरी, 1 अप्रैल, 1 जुलाई और 1 अक्टूबर के साथ समय-समय पर अद्यतन भी करता है, ताकि पात्र नागरिकों को मतदान के लिए निर्वाचक सूची में पंजीकरण में सहायता मिल सके। पात्र निर्वाचक Voters' Service Portal और Voters' Helpline ऐप के माध्यम से भी पंजीकरण करा सकते हैं। मतदान के दिन मतदान करने में सक्षम होने के लिए निर्वाचक सूची में पहले से नाम होना आवश्यक है।

मतदाता के रूप में निर्वाचक सूची में पंजीकृत होने के लिए व्यक्ति को:

- (क) भारतीय नागरिक होना चाहिए।
- (ख) अर्हता तिथि(याँ) को 18 वर्ष की आयु प्राप्त कर ली हो।
- (ग) निर्वाचक सूची में उस हिस्से का सामान्य निवासी होना चाहिए जहाँ उम्मीदवार निर्वाचक सूची में पंजीकृत होना चाहता है।
- (घ) मतदाता के रूप में पंजीकृत होने के लिए अन्यथा अयोग्य नहीं होना चाहिए

इसलिए, यह KAP सर्वेक्षण मतदाता पंजीकरण के विभिन्न पहलुओं के बारे में मतदाता जागरूकता के स्तर का पता लगाने का प्रयास करता है। इस विश्लेषण के निष्कर्ष हमें पात्र नागरिकों के बीच पंजीकरण को प्रोत्साहित करने और मतदाता पंजीकरण प्रक्रिया में किसी भी चुनौती को खत्म करने के हमारे प्रयासों को कारगर बनाने में मदद करेंगे।

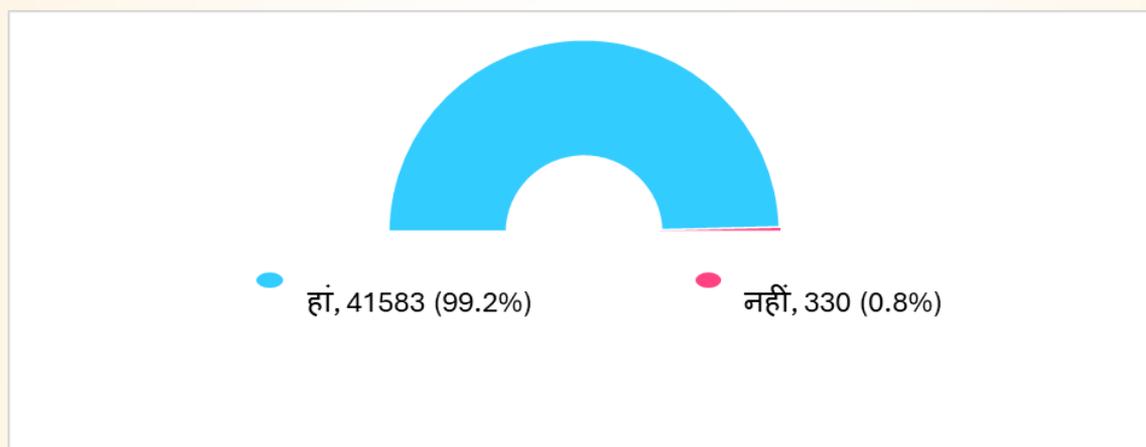
### 3.1 मतदाता पहचान पत्र/EPIC की उपलब्धता

सर्वेक्षण में भाग लेने वाले 41913 प्रतिभागियों में से 41583, यानी 99.2% के पास अपना मतदाता पहचान पत्र /EPIC था, जबकि 330, यानी 0.8% के पास अपना मतदाता पहचान पत्र नहीं था। KAP बेसलाइन सर्वेक्षण 2024 की तुलना में मतदाता नामांकन में वृद्धि देखी गई जिसमें 97.8% प्रतिभागियों के पास EPIC था।

तालिका 3.1: मतदाता पहचान पत्र/EPIC की उपलब्धता

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	41583	99.2
नहीं	330	0.8
कुल	<b>41913</b>	<b>100</b>

चित्र 3.1: मतदाता पहचान पत्र/EPIC की उपलब्धता



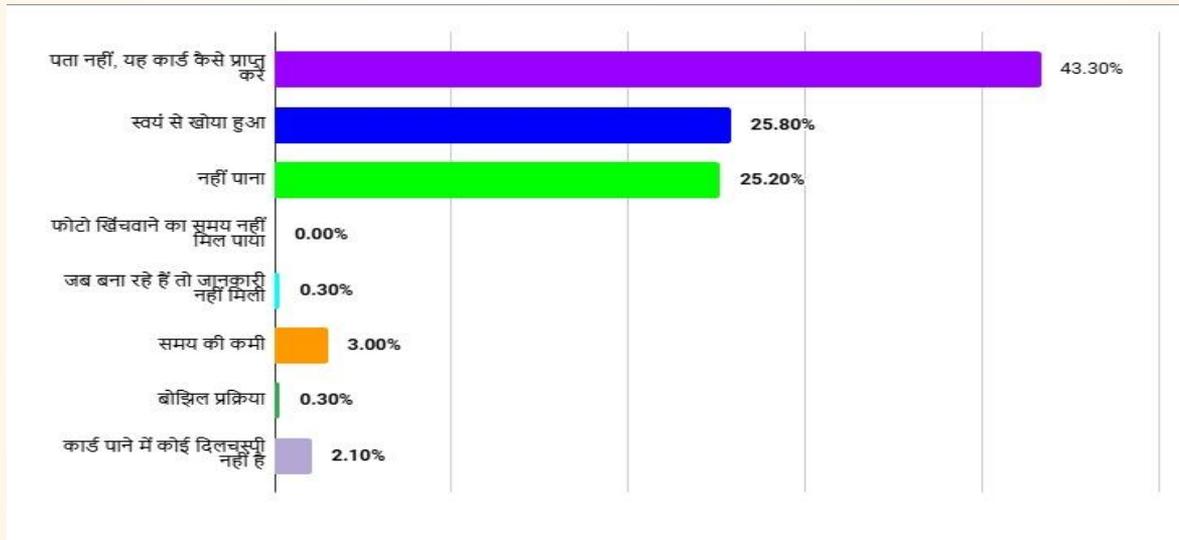
### 3.2 मतदाता पहचान पत्र/EPIC कार्ड न होने के पीछे के कारणों का आँकलन

सर्वे में 330 प्रतिभागियों का मतदाता पहचान पत्र/EPIC न होने के कारणों का विश्लेषण करने पर पता चलता है कि 43.3% मतदाता पहचान पत्र/EPIC प्राप्त करने की प्रक्रिया से अनभिज्ञ थे। 25.8% प्रतिभागियों ने अपने कार्ड खो दिए, जबकि 25.2% को अपना EPIC नहीं मिला। 3% प्रतिभागियों ने समय की कमी को कारण बताया और 2.1% को EPIC प्राप्त करने में रुचि नहीं थी। उनके क्षेत्रों में नामांकन प्रक्रिया अनुसूची के बारे में जानकारी की अनुपलब्धता और बोज़िल प्रक्रियाएँ अन्य कारण थे।

**तालिका 3.2: मतदाता पहचान पत्र/EPIC न होने के कारणों का आँकलन**

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
पता नहीं, यह कार्ड कैसे प्राप्त करें	143	43.3
स्वयं से खोया हुआ	85	25.8
नहीं पाना	83	25.2
फोटो खिंचवाने का समय नहीं मिल पाया	0	0.0
जब बना रहे हैं तो जानकारी नहीं मिली	1	0.3
समय की कमी	10	3.0
बोझिल प्रक्रिया	1	0.3
कार्ड पाने में कोई दिलचस्पी नहीं है	7	2.1
<b>कुल</b>	<b>330</b>	<b>100.0</b>

**चित्र 3.2: मतदाता पहचान पत्र/EPIC न होने के पीछे के कारणों का आँकलन**



### 3.3. 'मतदाता सूची' के बारे में जागरूकता का आँकलन

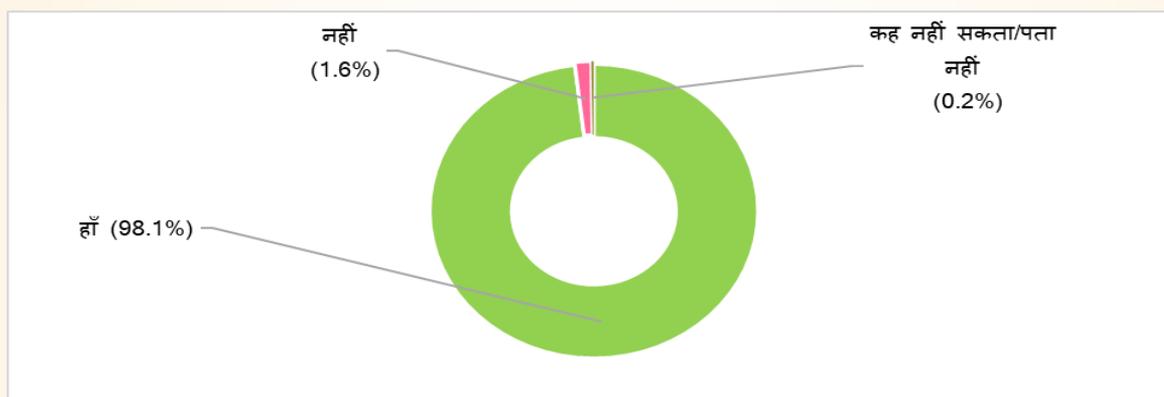
निर्वाचक सूची या मतदाता सूची, किसी निर्वाचन क्षेत्र में रहने वाले निर्वाचक के रूप में पंजीकृत व्यक्तियों की एक विस्तृत सूची है और भारत निर्वाचक आयोग द्वारा विधानसभा निर्वाचन क्षेत्र स्तर पर संधारित की जाती है। यह निष्पक्ष और पारदर्शी चुनाव कराने के आधार के रूप में कार्य करता है, जिससे अधिकारियों को मतदाताओं की पहचान सत्यापित करने की अनुमति मिलती है। यह उल्लेखनीय है कि वैध मतदाता पहचान पत्र/EPIC रखने से कोई मतदाता स्वतः ही मतदान करने में सक्षम नहीं हो जाता है, निर्वाचक सूची में सूचीबद्ध होना मतदान के लिए आवश्यक है। चूंकि निर्वाचक सूची नियमित रूप से अद्यतन की जाती है, इसलिए मतदाताओं को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि मतदान के दिन चुनावी प्रक्रिया में भाग लेने के लिए उनका

नाम निर्वाचक सूची में दर्ज है। सर्वेक्षण के आंकड़ों के अनुसार, 98.1% प्रतिभागी मतदाता सूची से परिचित थे, 1.6% इसके बारे में नहीं जानते थे जबकि 0.2% सटीक रूप से जवाब नहीं दे सके।

तालिका 3.3: 'मतदाता सूची' के बारे में जागरूकता का आँकलन

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	41133	98.1
नहीं	685	1.6
कह नहीं सकता/पता नहीं	95	0.2
कुल	41913	100.0

चित्र 3.3: 'मतदाता सूची' के बारे में जागरूकता का आँकलन



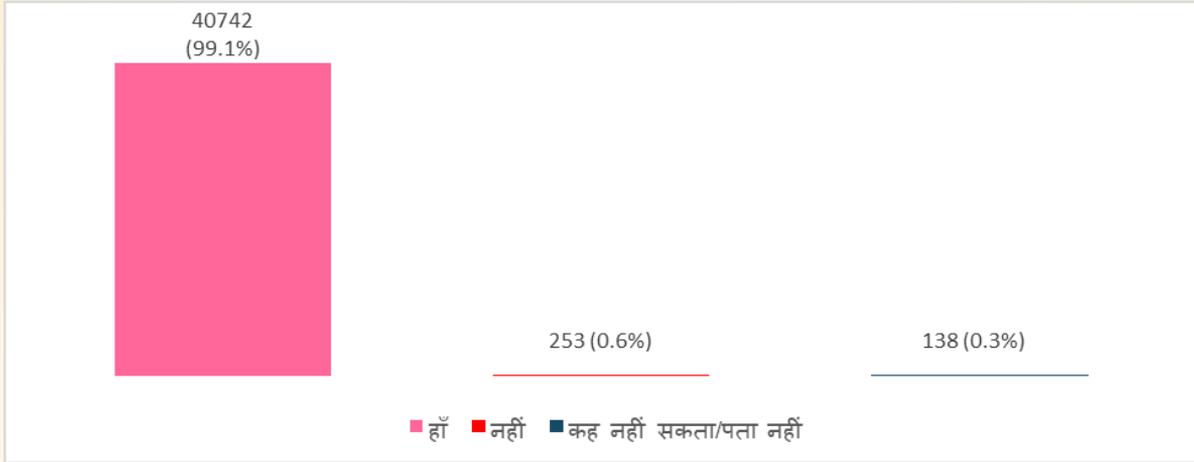
#### 3.4 प्रतिभागियों की नामांकन स्थिति का आँकलन

मतदान करने के योग्य बनने के लिए मतदाताओं को अनिवार्य रूप से निर्वाचक सूची में नामांकन कराना होता है। सर्वेक्षण के आंकड़ों से पता चलता है कि 99.05% प्रतिभागियों को पता था कि उनके नाम मतदाता सूची में शामिल हैं। 0.6% प्रतिभागियों ने कहा कि उनके नाम मतदाता सूची में नहीं थे, जबकि 0.3% को अपनी पंजीकरण स्थिति के बारे में जानकारी नहीं थी।

तालिका 3.4: प्रतिभागियों की नामांकन स्थिति का आँकलन

उत्तर	मतदाता सूची में दर्ज नाम वाले प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	40742	99.1
नहीं	253	0.6
कह नहीं सकता/पता नहीं	138	0.3
कुल	41133	100.0

**चित्र 3.4: प्रतिभागियों की नामांकन स्थिति का आँकलन**



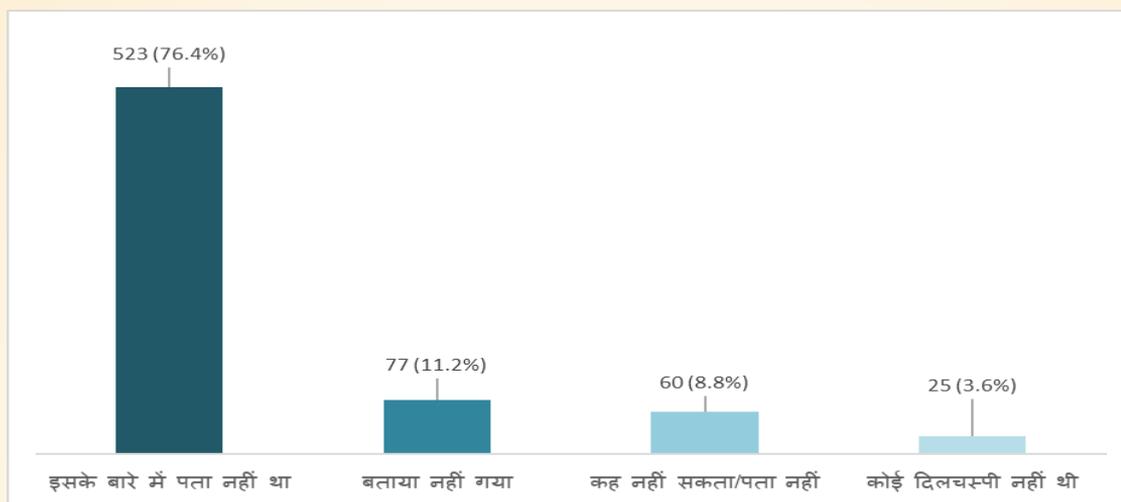
**3.5 निर्वाचक सूची में नाम होने के पीछे के कारणों का आँकलन**

मतदाता पंजीकरण नागरिकों को मतदान का अधिकार देने और समावेशी चुनावी प्रक्रिया को सक्षम बनाने की दिशा में एक महत्वपूर्ण कदम है, जिससे समाज के हर वर्ग की चुनावी भागीदारी सुनिश्चित होती है। SVEEP और निर्वाचक साक्षरता क्लब जैसे मतदाता जागरूकता कार्यक्रमों का उद्देश्य अधिक से अधिक योग्य नागरिकों के नाम निर्वाचक सूची में दर्ज कराना भी है। सर्वेक्षण में निर्वाचक सूची में नाम दर्ज कराने में आने वाली बाधाओं की पहचान करने की कोशिश की गई। जवाबों से पता चलता है कि 76.5% प्रतिभागियों को मतदाता पंजीकरण प्रक्रिया के बारे में जानकारी नहीं थी। 3.5% ने रूची नहीं ली, जबकि 11.3% नामांकन प्रक्रिया से अनजान थे। इसके अलावा 8.8% निर्वाचक सूची में नाम दर्ज करने की प्रक्रिया के बारे में कोई जानकारी नहीं दे सके।

**तालिका 3.5: नामांकन न होने के कारणों का आँकलन**

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
इसके बारे में पता नहीं था	523	76.4
बताया नहीं गया	77	11.2
कह नहीं सकता/पता नहीं	60	8.8
कोई दिलचस्पी नहीं थी	25	3.6
<b>कुल</b>	<b>685</b>	<b>100.0</b>

चित्र 3.5: नामांकन न होने के कारणों का आँकलन



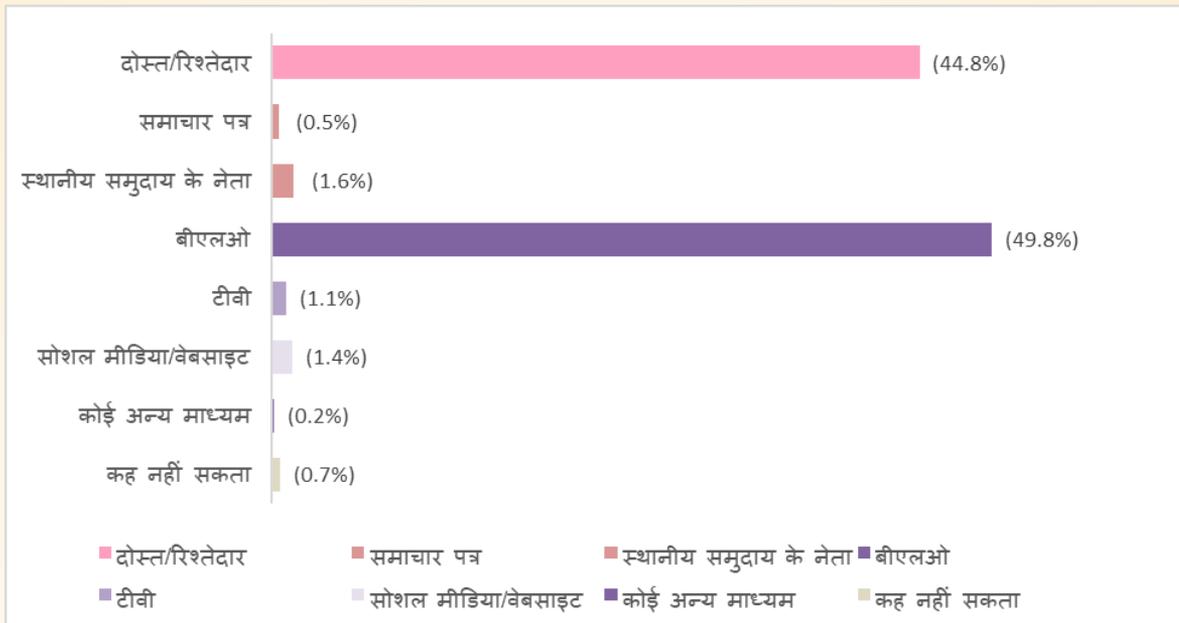
### 3.6 मतदाता पंजीकरण की आवश्यकता के लिए सूचना के स्रोतों का आँकलन

सर्वे में प्रतिभागियों से पूछा गया कि उन्हें मतदाता सूची में अपना नाम दर्ज कराने के लिए किस स्रोत से जानकारी प्राप्त हुई। परिणामों से पता चला कि 49.8% प्रतिभागियों को मुख्य रूप से बूथ-स्तर के अधिकारियों से जानकारी मिली, जबकि 44.8% को मित्रों और रिश्तेदारों से जानकारी मिली। लगभग 1.6% प्रतिभागियों को स्थानीय समुदाय के नेताओं से जानकारी मिली और 1.4% को सोशल मीडिया या अन्य वेबसाइटों से जानकारी मिली। 1.1% ने टीवी से, 0.5% ने समाचार पत्रों से और 0.2% ने उपरोक्त स्रोतों के अलावा अन्य स्रोतों से जानकारी प्राप्त की। इसके अतिरिक्त, 0.7% प्रतिभागी जवाब देने में असमर्थ थे।

तालिका 3.6: नामांकन की आवश्यकता के संबंध में जानकारी के स्रोतों का आँकलन

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
दोस्त/रिश्तेदार	18251	44.8
समाचार पत्र	203	0.5
स्थानीय समुदाय के नेता	634	1.6
बीएलओ	20283	49.8
टीवी	428	1.1
सोशल मीडिया/वेबसाइट	584	1.4
कोई अन्य माध्यम	94	0.2
कह नहीं सकता	265	0.7
<b>कुल</b>	<b>40742</b>	<b>100.0</b>

चित्र 3.6: नामांकन की आवश्यकता के संबंध में जानकारी के स्रोतों का आँकलन



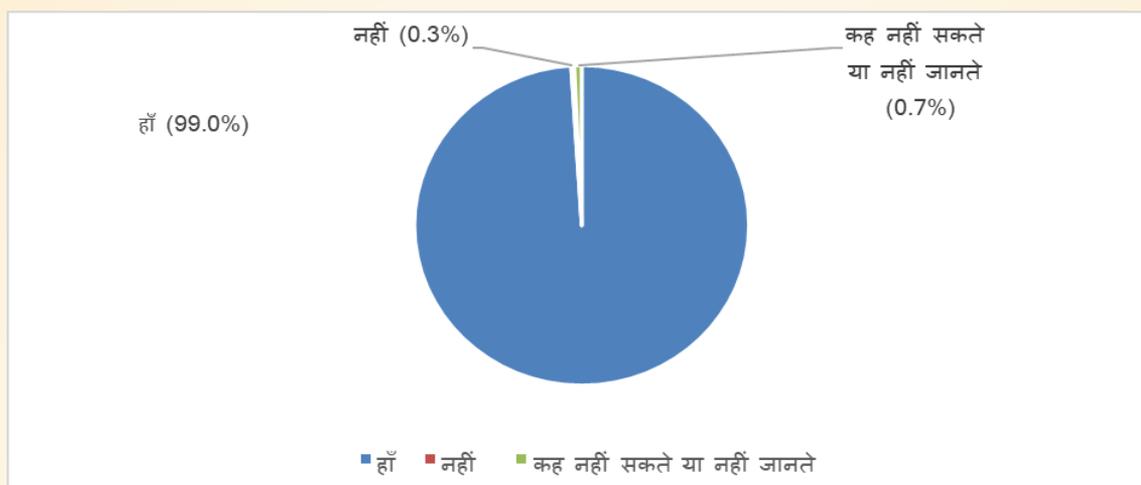
### 3.7 पंजीकरण की कथित शुद्धता का आंकलन

नीचे दी गई तालिका दर्शाती है कि प्रतिभागियों के नाम मतदाता सूची में सही ढंग से लिखे गए हैं या नहीं, इस सवाल के जवाबों को इकट्ठा करके मतदाता सूची की सटीकता से समझा जाता है। मतदाता सूची की शुद्धता बनाए रखने के लिए मतदाता सूची तक जनता की पहुँच होना बहुत ज़रूरी है। सर्वेक्षण के आँकड़ों से पता चलता है कि 99% प्रतिभागियों ने संकेत दिया कि उनके नाम मतदाता सूची में सही ढंग से सूचीबद्ध हैं। मात्र 0.3% लोगों ने बताया कि उनके नाम सही नहीं लिखे हुए थे, जबकि 0.7% लोग इस बारे में अनिश्चित थे।

तालिका 3.7: नामांकन की कथित शुद्धता का आँकलन

उत्तर	मतदाता सूची में सही नाम लिखे प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	40325	99.0
नहीं	129	0.3
कह नहीं सकते या नहीं जानते	288	0.7
<b>कुल</b>	<b>40742</b>	<b>100.0</b>

**चित्र 3.7: नामांकन की अनुमानित शुद्धता का आँकलन**



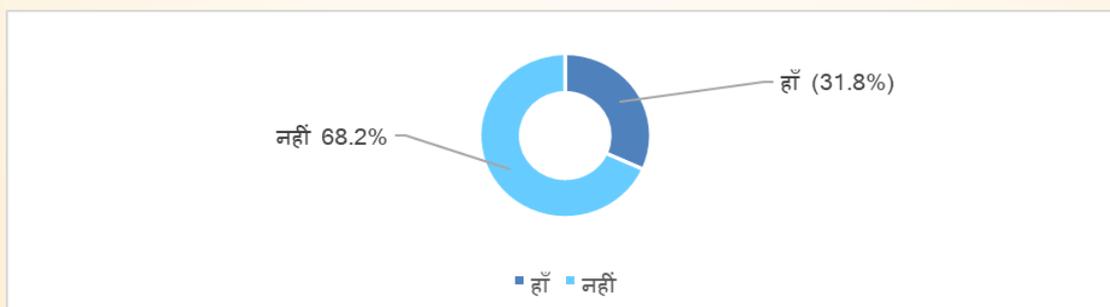
### 3.8 प्रतिभागियों के घर में गैर-पंजीकृत परिवार के सदस्यों का मूल्यांकन

योग्य मतदाताओं की पहचान करना और उनका पंजीकरण करना सटीक और अद्यतन मतदाता सूची बनाए रखने के लिए महत्वपूर्ण है। नीचे दी गई तालिका प्रतिभागी घरों में परिवार के अपंजीकृत सदस्यों के मूल्यांकन को रेखांकित करती है। आंकड़ों से पता चलता है कि 31.8% प्रतिभागियों के परिवार के सदस्य वोट देने के पात्र थे, लेकिन पंजीकृत नहीं थे। इसकी तुलना में, 68.2% प्रतिभागियों ने अपने परिवार के सभी पात्र सदस्यों को मतदाता सूची में पंजीकृत किया।

**तालिका 3.8: प्रतिभागियों के घर में गैर-नामांकित परिवार के सदस्यों का आँकलन**

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या जिनके परिवार के सदस्यों की आयु 18+ वर्ष है	प्रतिशत
हाँ	13310	31.8
नहीं	28603	68.2
कुल	41913	100.0

**चित्र 3.8: प्रतिभागियों के घर में गैर-नामांकित परिवार के सदस्यों का आँकलन**



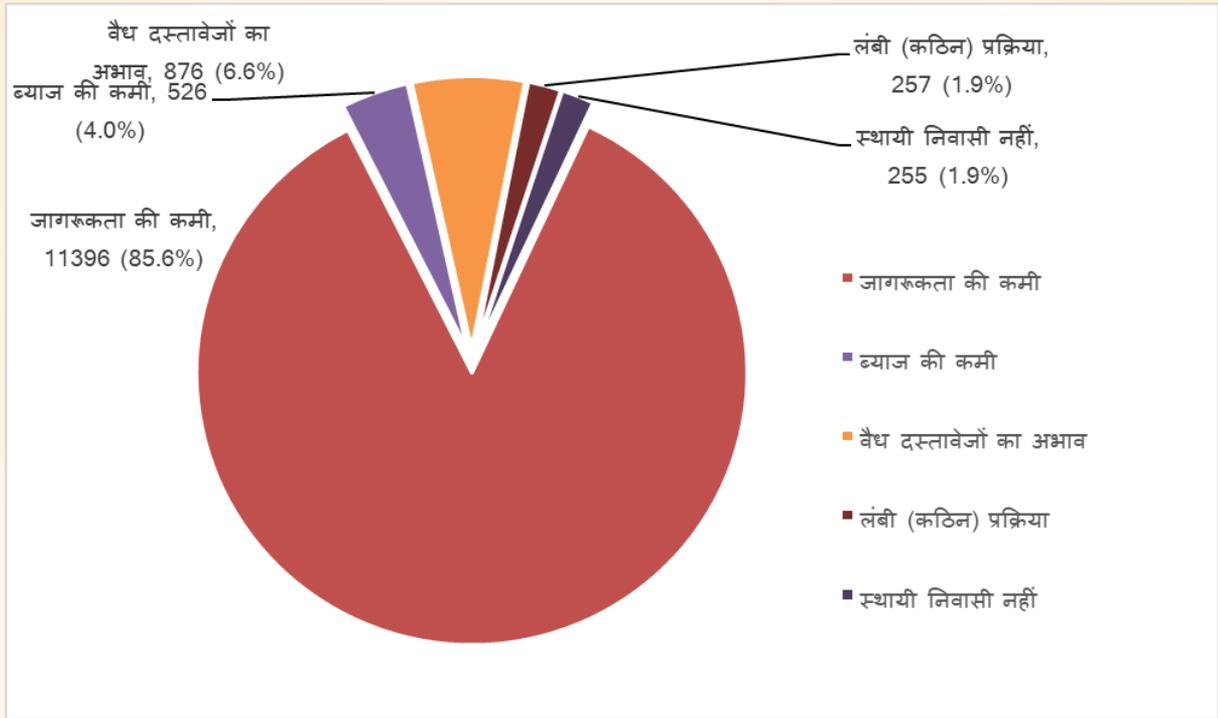
### 3.9 प्रतिभागियों के घरों में गैर-पंजीकृत पारिवारिक सदस्य (सदस्यों) के होने के पीछे के कारणों का आंकलन

नीचे दी गई तालिका प्रतिभागियों के घरों में कुछ पारिवारिक सदस्यों के गैर-पंजीकृत होने के पीछे के कारणों पर प्रकाश डालती है। अधिकांश प्रतिभागियों 85.6% ने गैर-पंजीकृत होने के मुख्य कारण के रूप में जागरूकता की कमी का उल्लेख किया। इसके अतिरिक्त 4% ने रुचि की कमी व्यक्त की और 6.6% ने निर्वाचक सूची में पंजीकरण नहीं होने के कारण के रूप में वैध दस्तावेजों की कमी का हवाला दिया। अन्य 1.9% प्रतिभागियों ने पात्र सदस्यों के पंजीकरण के लिए एक बाधा के रूप में कठिन प्रक्रिया का उल्लेख किया। जबकि 1.9% प्रतिभागियों ने उल्लेख किया कि क्षेत्र में स्थायी रूप से निवास न करने से उन्हें अपने वर्तमान निवास पर पात्र सदस्यों को पंजीकरण करने से हतोत्साहित किया गया।

तालिका 3.9: परिवार के गैर-नामांकित सदस्य होने के पीछे के कारणों का आँकलन

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
जागरूकता की कमी	11396	85.6
ब्याज की कमी	526	4.0
वैध दस्तावेजों का अभाव	876	6.6
लंबी (कठिन) प्रक्रिया	257	1.9
स्थायी निवासी नहीं	255	1.9
<b>कुल</b>	<b>13310</b>	<b>100.0</b>

चित्र 3.9: परिवार के गैर-नामांकित सदस्य होने के पीछे के कारणों का आँकलन



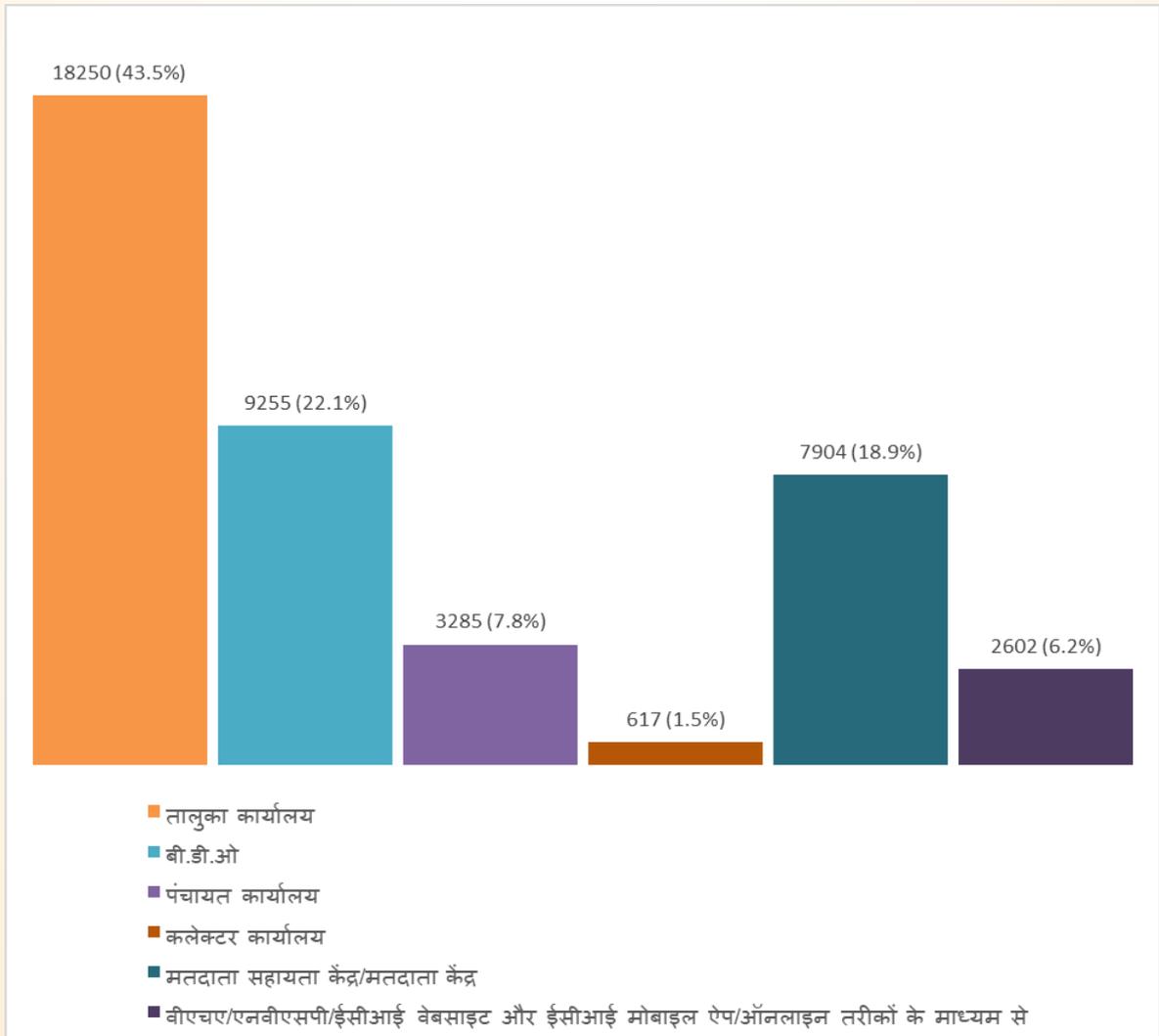
### 3.10 नामांकन केंद्र के स्थान के बारे में प्रतिभागियों के ज्ञान का मूल्यांकन

तालिका में प्रस्तुत आंकड़ा मतदाता पंजीकरण केंद्र के स्थान के बारे में प्रतिभागियों के बीच समझ के स्तर का मूल्यांकन करता है। 43.5% प्रतिभागियों ने संकेत दिया कि उन्हें पंजीकरण के लिए तालुका कार्यालय (अनुमंडल कार्यालय) से संपर्क करना होगा। इसके अतिरिक्त, 18.9% प्रतिभागियों का मानना था कि मतदाता पंजीकरण मतदाता सहायता केंद्र या मतदाता केंद्र पर किया जा सकता है। 22.1% ने बीडीओ कार्यालय को प्राथमिकता दी, 7.8% प्रतिभागियों ने पंचायत कार्यालय को पंजीकरण केंद्र के रूप में चुना और 1.5% ने संकेत दिया कि पंजीकरण के लिए कलेक्टर का कार्यालय उपयुक्त स्थान है। 6.2% प्रतिभागियों ने VHA/NVSP/ECI वेबसाइट और ECI मोबाइल ऐप के माध्यम से ऑनलाइन पंजीकरण को प्राथमिकता दी।

तालिका 3.10: नामांकन केंद्र के स्थान के बारे में प्रतिवादी के ज्ञान का आँकलन

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
तालुका कार्यालय	18250	43.5
बी.डी.ओ	9255	22.1
पंचायत कार्यालय	3285	7.8
कलेक्टर कार्यालय	617	1.5
मतदाता सहायता केंद्र/मतदाता केंद्र	7904	18.9
वीएचए/एनवीएसपी/ईसीआई वेबसाइट और ईसीआई मोबाइल ऐप/ऑनलाइन तरीकों के माध्यम से	2602	6.2
<b>कुल</b>	<b>41913</b>	<b>100.0</b>

चित्र 3.10: नामांकन केंद्र के स्थान के बारे में प्रतिवादी के ज्ञान का आँकलन



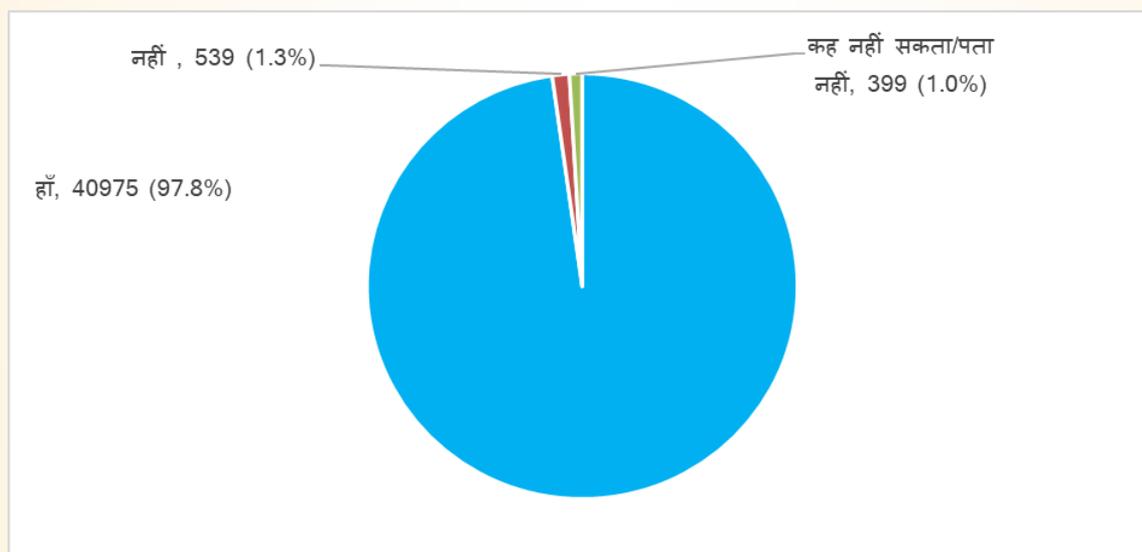
### 3.11 EPIC के बारे में प्रतिभागियों के ज्ञान का आँकलन

भारत निर्वाचन आयोग द्वारा सभी पात्र मतदाताओं को जारी किया जाने वाला मतदाता फोटो पहचान पत्र (EPIC) मतदान करते समय पहचान के रूप में कार्य करता है, मतदाता सूची की सटीकता को बढ़ाता है और चुनावी धोखाधड़ी की घटनाओं को रोकता है। सर्वेक्षण प्रतिभागियों में से 97.76% EPIC कार्ड से परिचित थे, 1.28% अनजान थे, जबकि 0.95% प्रतिभागी EPIC के बारे में अनिश्चित थे।

तालिका 3.11: EPIC के बारे में प्रतिभागियों के ज्ञान का आँकलन

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	40975	97.8
नहीं	539	1.3
कह नहीं सकता/पता नहीं	399	1.0
कुल	<b>41913</b>	<b>100.0</b>

चित्र 3.11: EPIC के बारे में प्रतिभागियों के ज्ञान का आँकलन



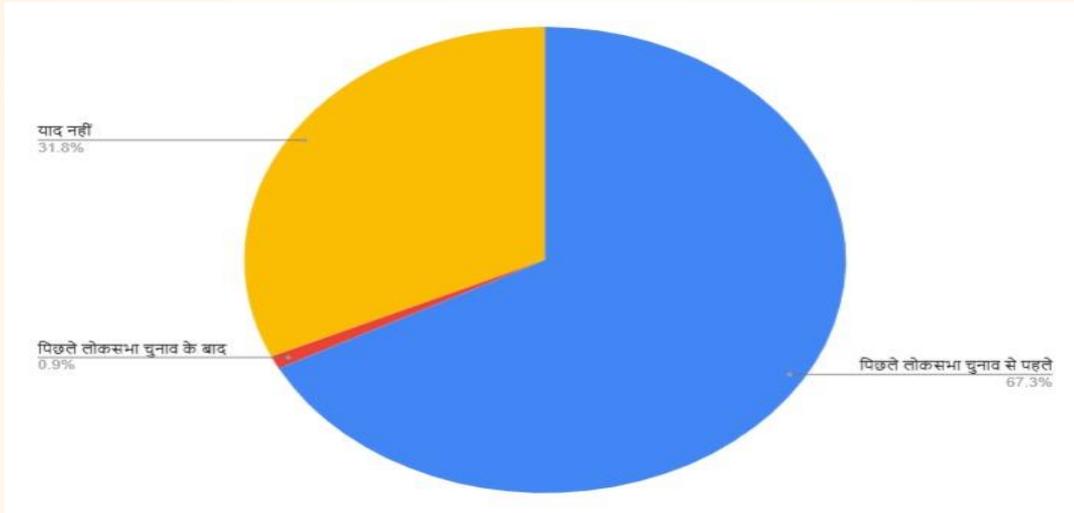
### 3.12 EPIC जारी करने की तिथि का आँकलन

तालिका में प्रस्तुत आंकड़ा EPIC जारी करने की तिथि के बारे में प्रतिभागियों की जागरूकता के स्तर को दर्शाता है। 67.3% प्रतिभागियों को याद है कि उन्हें पिछले संसदीय चुनावों से पहले अपना EPIC प्राप्त हुआ था, जबकि 0.9% ने संसदीय चुनावों के बाद अपना EPIC प्राप्त करने की सूचना दी। इसके अतिरिक्त 31.8% प्रतिभागियों को अपने EPIC जारी करने की तिथि याद नहीं थी।

**तालिका 3.12: EPIC की जारी करने की तारीख के बारे में प्रतिभागियों के ज्ञान का आँकलन**

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
पिछले लोकसभा चुनाव से पहले	27594	67.3
पिछले लोकसभा चुनाव के बाद	360	0.9
याद नहीं	13021	31.8
<b>कुल</b>	<b>40975</b>	<b>100.0</b>

**चित्र 3.12: EPIC की जारी करने की तारीख के बारे में प्रतिभागियों के ज्ञान का आँकलन**



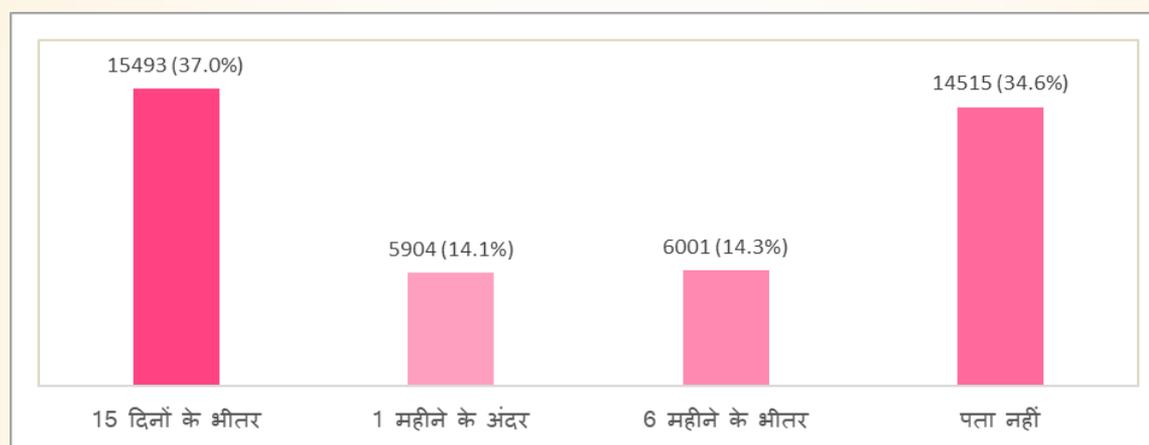
### 3.13 EPIC प्राप्त करने में कुल अवधि का आँकलन

EPIC प्राप्त करना एक लंबी (कठिन) और चुनौतीपूर्ण प्रक्रिया हो सकती है, लेकिन भारत निर्वाचन आयोग ने इसे सुव्यवस्थित करने के लिए लगातार विभिन्न सुधारों को लागू किया है। डिजिटल निर्वाचक सूची की शुरुआत, ऑनलाइन आवेदन के तरीके और शिकायत निवारण चैनलों की स्थापना, सभी का उद्देश्य प्रक्रिया को सरल बनाना है ताकि यह सुनिश्चित किया जा सके कि मतदाताओं को उचित समय सीमा के भीतर उनको EPIC प्राप्त हों। सर्वेक्षण में पूछा गया कि उन्हें अपना EPIC प्राप्त करने में कितना समय लगा। जवाब में 41,913 प्रतिभागियों में से 15,493 (37%) ने कहा कि उन्हें यह 15 दिनों के भीतर प्राप्त हुआ। 5,904 लोगों (14.3%) ने इसे एक महीने के भीतर प्राप्त किया, जबकि 6,001 लोगों (14.3%) ने इसे छह महीने के भीतर प्राप्त किया। यद्यपि 14,415 (34.6%) लोग अनिश्चित थे कि उन्हें कब EPIC प्राप्त हुआ।

तालिका 3.13: EPIC प्राप्त करने में कुल अवधि का आँकलन

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
15 दिनों के भीतर	15493	37.0
1 महीने के अंदर	5904	14.1
6 महीने के भीतर	6001	14.3
पता नहीं	14515	34.6
<b>कुल</b>	<b>41913</b>	<b>100.0</b>

चित्र 3.13: EPIC प्राप्त करने की कुल अवधि का आँकलन



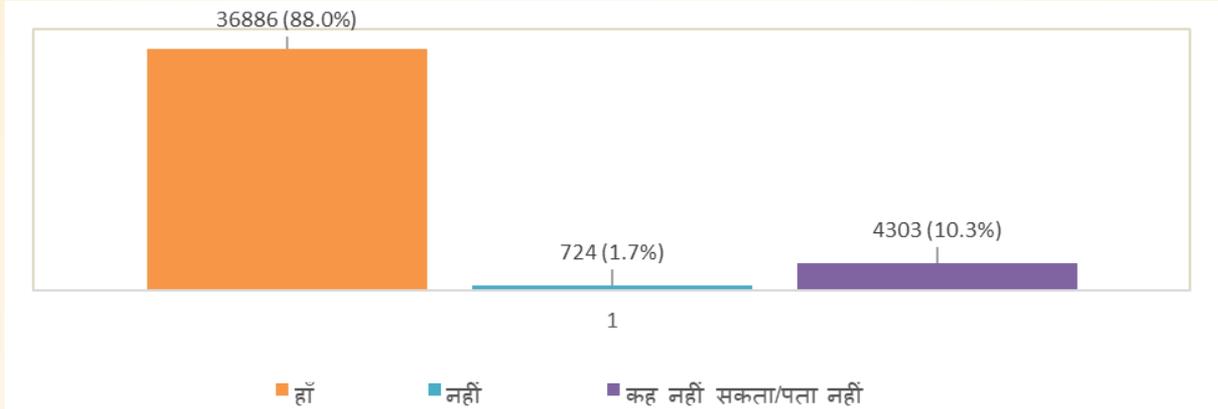
### 3.14 EPIC प्राप्त करने में प्रक्रिया-संबंधी जटिलताओं का आंकलन

EPIC आसानी से प्राप्त करने के बारे में, 41,913 प्रतिभागियों में से 36,886 (88%) ने कहा कि उन्हें यह आसानी से प्राप्त हुआ, जबकि 724 (1.7%) लोगों ने बताया कि EPIC प्राप्त करने में उन्हें कठिनाई हुई। इसके अतिरिक्त, 4,303 (10.3%) लोग इस बारे में अनिश्चित थे कि उन्होंने इसे कैसे प्राप्त किया।

तालिका 3.14: EPIC प्राप्त करने में प्रक्रिया-संबंधित जटिलताओं का आँकलन

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या जिन्हें ईपीआईसी प्राप्त करना आसान लगा	प्रतिशत
हाँ	36886	88.0
नहीं	724	1.7
कह नहीं सकता/पता नहीं	4303	10.3
<b>कुल</b>	<b>41913</b>	<b>100.0</b>

चित्र 3.14: EPIC प्राप्त करने में प्रक्रिया-संबंधित जटिलताओं का आँकलन



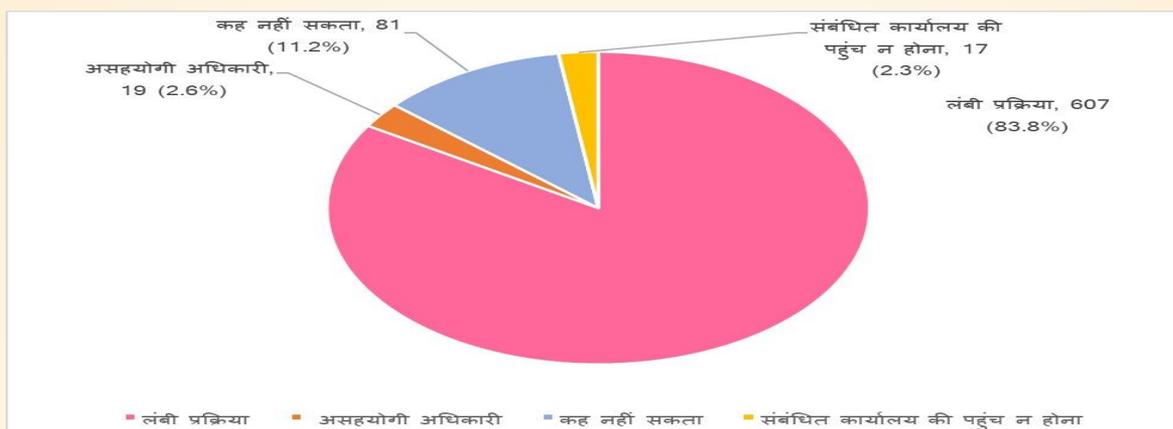
### 3.15 EPIC प्राप्त करने में आने वाली मुख्य समस्याओं का आँकलन

सर्वे में जिन 724 लोगों को EPIC प्राप्त करने में कठिनाई हुई, उनमें से 607(83.8%) ने इसके लिए लंबी प्रक्रिया को जिम्मेदार ठहराया। 19(2.6%) लोगों ने असहयोगी अधिकारियों को दोषी ठहराया और 17(2.3%) ने संबंधित कार्यालय की पहुंच में कमी का उल्लेख किया। वहीं 81(11.2%) लोगों ने कोई राय व्यक्त नहीं की।

तालिका 3.15: EPIC प्राप्त करने में प्रमुख मुद्दों का आँकलन

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
लंबी प्रक्रिया	607	83.8
असहयोगी अधिकारी	19	2.6
कह नहीं सकता	81	11.2
संबंधित कार्यालय की पहुंच न होना	17	2.3
<b>कुल</b>	<b>724</b>	<b>100.0</b>

चित्र 3.15: EPIC प्राप्त करने में प्रमुख मुद्दों का आँकलन



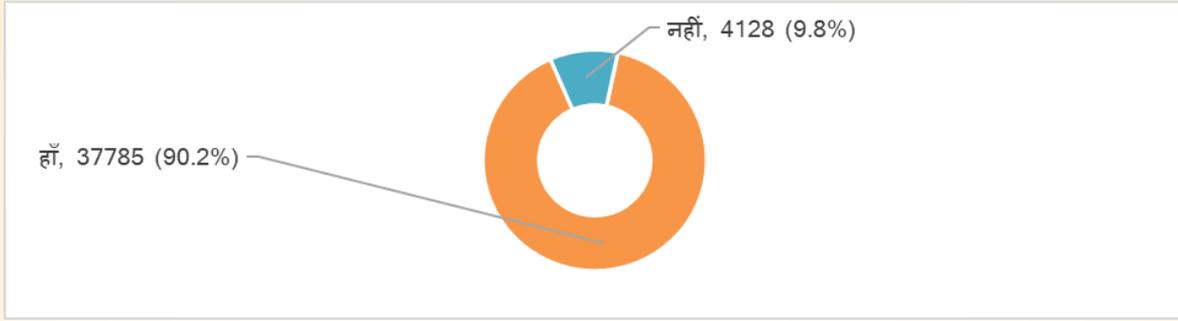
### 3.16 EPIC के विकल्प का मूल्यांकन - वैकल्पिक पहचान पत्र

भारत निर्वाचन आयोग ने आधार, मनरेगा जॉब कार्ड, पैन कार्ड, ड्राइविंग लाइसेंस, विशिष्ट विकलांगता पहचान पत्र आदि जैसे 12 दस्तावेजों को सूचीबद्ध किया है, जो मतदान केंद्रों पर पहचान के विकल्प के रूप में प्रयोग किये जा सकते हैं। मतदाता इनका उपयोग अपने मतदान करने के लिए कर सकते हैं, यदि उनका नाम सबसे अद्यतन निर्वाचक सूची में शामिल है। पहचान दस्तावेजों के बारे में जागरूकता के संदर्भ में, 41,913 व्यक्तियों में से 37,785 (90.2%) व्यक्ति मतदाता पहचान पत्र के अलावा मतदान के लिए वैकल्पिक पहचान पत्रों के बारे में जानते थे। हालांकि, 4,128 (9.8%) लोग इन वैकल्पिक पहचान पत्रों से अनजान थे।

तालिका 3.16: EPIC के विकल्पों का आँकलन - वैकल्पिक आईडी

उत्तर	मतदान के लिए वैकल्पिक आईडी के बारे में जागरूक प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	37785	90.2
नहीं	4128	9.8
कुल	41913	100.0

**चित्र 3.16: EPIC के विकल्पों का आँकलन - वैकल्पिक आईडी**



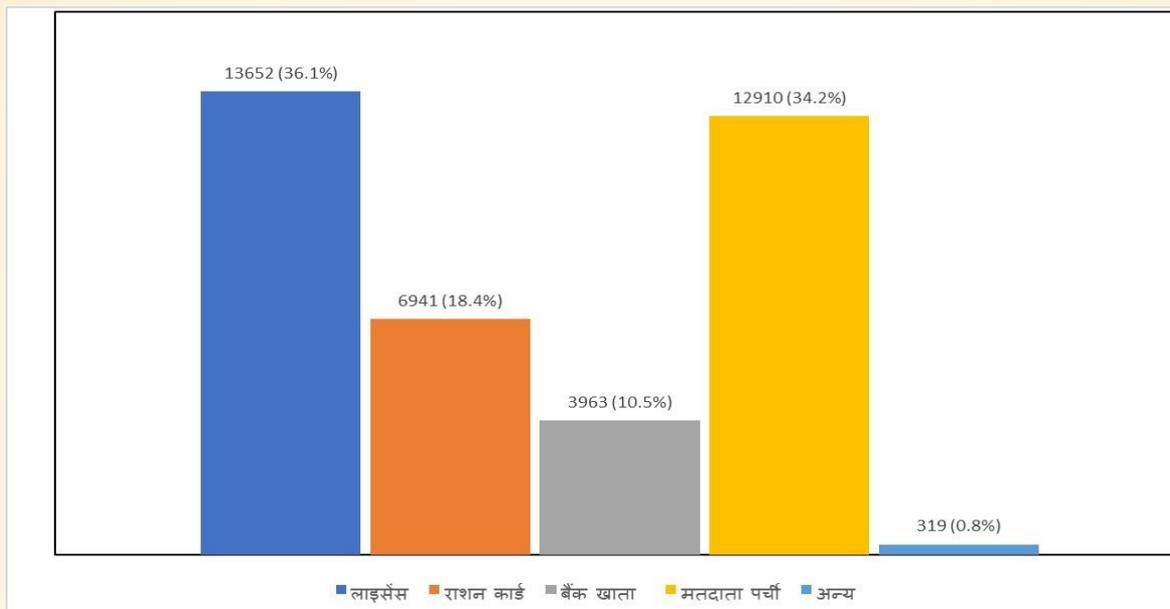
**3.17 मतदान के लिए प्रतिभागियों द्वारा EPIC के स्थान पर उपयोग किए जाने वाले विकल्पों (वैकल्पिक पहचान पत्रों) का मूल्यांकन**

पिछले सवाल के जवाब में, प्रतिभागियों से पूछा गया कि क्या वे दस्तावेजों के विभिन्न विकल्पों से परिचित हैं जो मतदाता पहचान पत्र के विकल्प के रूप में प्रयोग किये जा सकते हैं। वैकल्पिक मतदाता पहचान पत्रों का उपयोग करने वाले 37,785 व्यक्तियों में से 13,652 (36.1%) ने डाइविंग लाइसेंस, 6,941 (18.4%) ने राशन कार्ड, 3,963 (10.5%) ने बैंक खाते (पासबुक), 12,910 (34.2%) ने मतदाता पर्ची और 319 (0.8%) ने अन्य वैकल्पिक पहचान पत्र का उपयोग किया था।

**तालिका 3.17: EPIC के स्थान पर मतदान के लिए प्रतिभागियों द्वारा उपयोग किए गए विकल्प (वैकल्पिक आईडी) का आँकलन**

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
लाइसेंस	13652	36.1
राशन कार्ड	6941	18.4
बैंक खाता	3963	10.5
मतदाता पर्ची	12910	34.2
अन्य	319	0.8
<b>कुल</b>	<b>37785</b>	<b>100.0</b>

चित्र 3.17: EPIC के स्थान पर मतदान के लिए प्रतिभागियों द्वारा उपयोग किए गए विकल्प (वैकल्पिक आईडी) का आँकलन



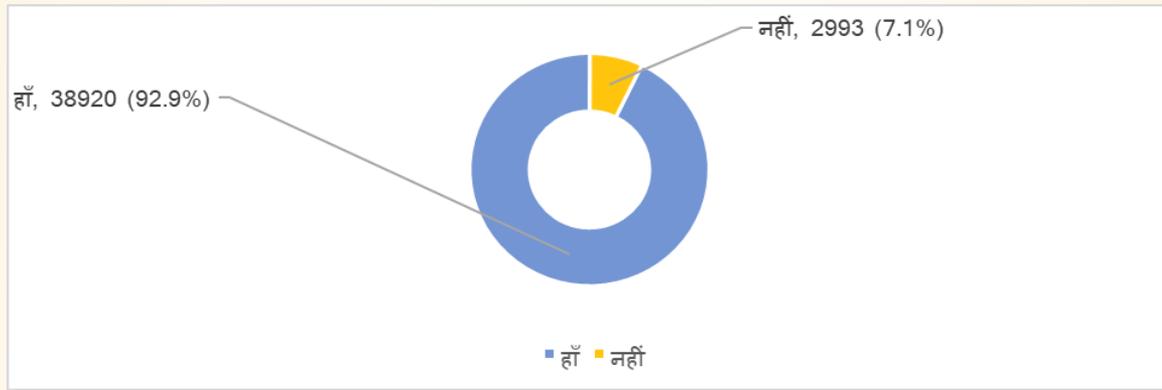
### 3.18 निर्वाचक सूची में नाम दर्ज करने की प्रक्रिया में सहायता के लिए नियुक्त स्थानीय व्यक्तियों के बारे में प्रतिभागियों की जागरूकता का आँकलन

बूथ लेवल ऑफिसर (बीएलओ) पात्र नागरिकों को निर्वाचक सूची में नाम दर्ज करने के लिए प्रेरित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। वे पंजीकरण के लिए प्राप्त आवेदनों के क्षेत्र सत्यापन के लिए जिम्मेदार हैं और निर्वाचक सूची की शुद्धता सुनिश्चित करने के लिए विशेष संक्षिप्त पुनरीक्षण अवधि के दौरान घर-घर जाकर सत्यापन में मुख्य भूमिका निभाते हैं। सर्वेक्षण में बीएलओ (पंजीकरण प्रक्रिया में सहायता के लिए स्थानीय रूप से नियुक्त व्यक्ति) के बारे में प्रतिभागियों की जागरूकता का आंकलन किया गया। जब उनसे पूछा गया कि क्या उन्हें पता है कि सरकार/निर्वाचन कार्यालय ने मतदाता पंजीकरण में सहायता के लिए एक स्थानीय व्यक्ति को नियुक्त किया है, तो 41,913 लोगों में से 38,920 (92.9%) ने सकारात्मक जवाब दिया। इसकी तुलना में 2,993 लोग (7.1%) इस बारे में अनभिज्ञ थे।

तालिका 3.18: नामांकन प्रक्रिया में सहायता के लिए नियुक्त स्थानीय व्यक्तियों के बारे में प्रतिभागी की जागरूकता का आँकलन

उत्तर	नियुक्त स्थानीय व्यक्ति के बारे में जानकारी रखने वाले प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	38920	92.9
नहीं	2993	7.1
कुल	41913	100.0

चित्र 3.18: नामांकन प्रक्रिया में सहायता के लिए नियुक्त स्थानीय व्यक्तियों के बारे में प्रतिभागी की जागरूकता का आँकलन



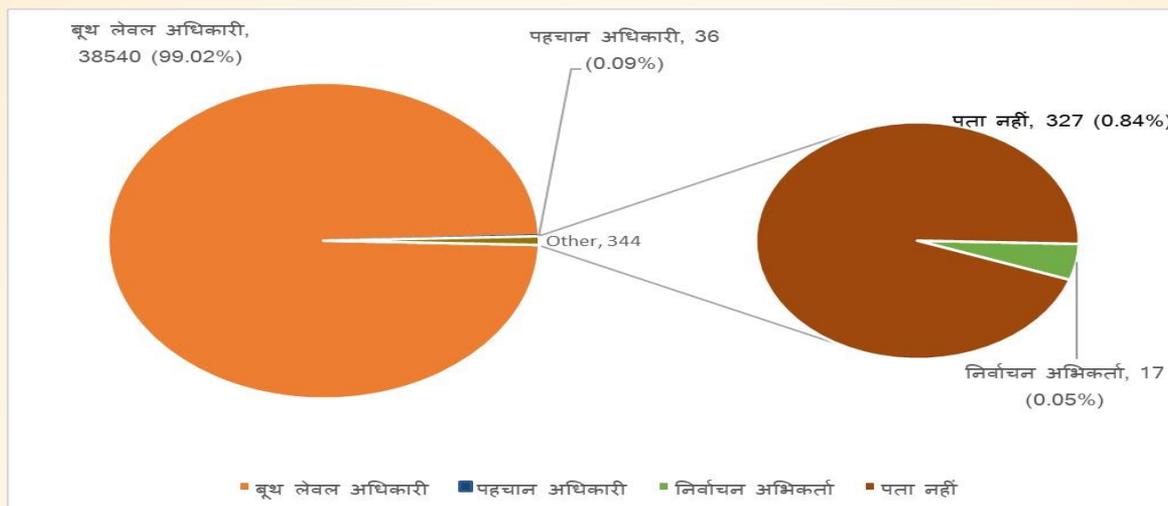
### 3.19 नियुक्त स्थानीय व्यक्ति के पदनाम के बारे में प्रतिभागियों की जागरूकता का आँकलन

निम्न तालिका और संबंधित ग्राफ निर्वाचक सूची में पंजीकरण करने की प्रक्रिया में सहायता के लिए स्थानीय रूप से नियुक्त व्यक्ति के पदनाम के बारे में प्रतिभागियों की जागरूकता को दर्शाते हैं। इस सहायता के बारे में जानने वाले 38,920 प्रतिभागियों में से 38,540 (99%) ने कहा कि उन्हें यह जानकारी बीएलओ (बूथ लेवल ऑफिसर) से मिली, जबकि 36 (0.1%) लोगों ने इसे पहचान अधिकारी से और 17 (0.1%) ने निर्वाचन अभिकर्ता से प्राप्त किया। 327 लोग (0.8%) अनिश्चित थे कि उन्हें यह जानकारी कैसे मिली।

तालिका 3.19: नियुक्त स्थानीय व्यक्ति के पदनाम के बारे में प्रतिभागी की जागरूकता का आँकलन

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
बूथ लेवल अधिकारी	38540	99.02
पहचान अधिकारी	36	0.09
निर्वाचन अभिकर्ता	17	0.04
पता नहीं	327	0.84
कुल	38920	100.0

**चित्र 3.19: नियुक्त स्थानीय व्यक्ति के पदनाम के बारे में प्रतिभागी की जागरूकता का आँकलन**



### 3.20 नियुक्त स्थानीय व्यक्ति के उनके घर/कार्यालय में आने के बारे में प्रतिभागियों की जागरूकता का आँकलन

बीएलओ को निर्वाचक सूची के अपने निर्दिष्ट हिस्से की देखरेख करना कानूनी रूप से आवश्यक है। संभावित मतदाताओं की पहचान करने और अनुपस्थित, मृत या स्थानांतरित हो चुके लोगों के नाम हटाने के लिए नियमित रूप से क्षेत्र का दौरा करना उनके लिए महत्वपूर्ण है। इस पर प्रतिभागियों से पूछा गया कि क्या कोई स्थानीय व्यक्ति उनके घर या कार्यालय में आया था। 38,920 लोगों में से 38,784 (99.7%) ने पुष्टि की कि दौरा हुआ था, जबकि 48 व्यक्तियों (0.1%) ने कहा कि ऐसा नहीं हुआ था। अतिरिक्त 88 (0.2%) लोग अनिश्चित थे।

**तालिका 3.20: नियुक्त स्थानीय व्यक्ति के घर/कार्यालय में आने के बारे में प्रतिभागी की जागरूकता का आँकलन**

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	38784	99.7
नहीं	48	0.1
कह नहीं सकते	88	0.2
कुल	38920	100.0

**चित्र 3.20: नियुक्त स्थानीय व्यक्ति द्वारा उनके घर/कार्यालय में आने के बारे में प्रतिभागी की जागरूकता का आँकलन**



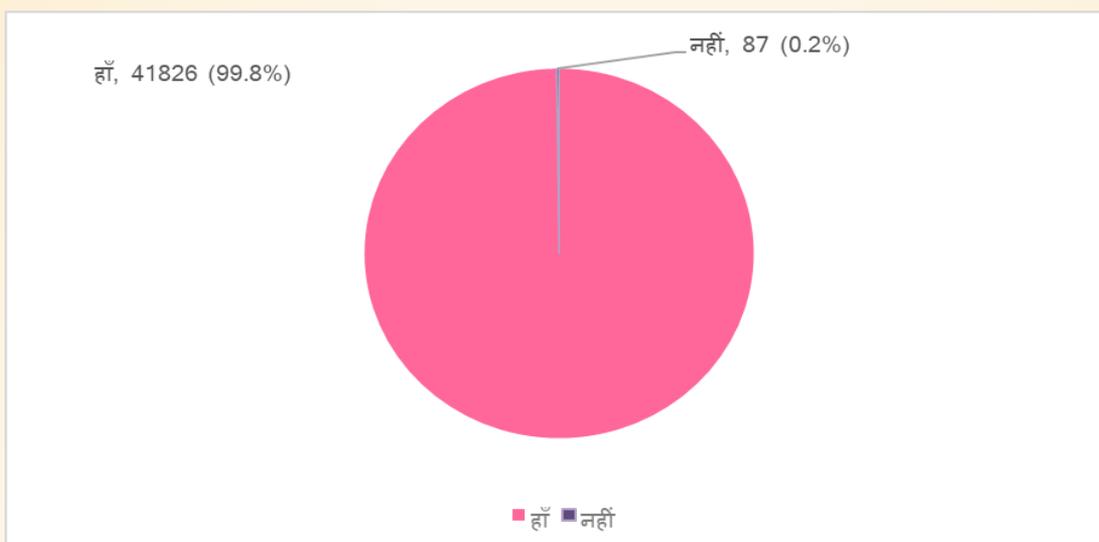
### 3.21 मतदान केंद्र के स्थान के बारे में प्रतिभागियों की जागरूकता का आँकलन

मतदान के दिन, मतदान केंद्र, जहाँ वास्तविक मतदान होता है, मतदाता के निवास स्थान से 2 किमी की परिधि में स्थित होना चाहिए। भारत के निर्वाचन आयोग (ECI) के दिशा-निर्देशों का अनुपालन सुनिश्चित करने के लिए मतदान केंद्रों का समय-समय पर युक्तिकरण किया जाता है। इसलिए, सर्वेक्षण के प्रतिभागियों से मतदान केंद्र के स्थान के बारे में उनकी जागरूकता के बारे में पूछा गया। सर्वेक्षण में, 41,913 व्यक्तियों में से 41,826 (99.8%) ने दावा किया कि वे अपने मतदान केंद्र के स्थान के बारे में जानते थे, जबकि 87 लोगों (0.2%) ने कहा कि उन्हें इसके बारे में जानकारी नहीं थी।

**तालिका 3.21: मतदान केंद्र के स्थान के बारे में प्रतिभागी की जागरूकता का आँकलन**

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	41826	99.8
नहीं	87	0.2
कुल	41913	100.0

चित्र 3.21: मतदान केंद्र के स्थान के बारे में प्रतिभागी की जागरूकता का आँकलन



### अवलोकन एवं निष्कर्ष

इस सर्वेक्षण का विश्लेषण प्रासंगिक टिप्पणियों के बिना निरर्थक होगा जो मूल्यवान निष्कर्षों को प्रस्तुत करते हैं तथा भावी रणनीति को तैयार करने में मार्गदर्शन करते हैं। मतदाता पंजीकरण पर आधारित सवालों पर प्रतिभागियों से प्राप्त उत्तरों से निम्नलिखित तथ्य प्रकाश में आते हैं :-

- सर्वेक्षण से प्राप्त आंकड़े मतदाता शिक्षा प्रयासों को बढ़ाने की आवश्यकता को रेखांकित करते हैं, विशेष रूप से उन लोगों के बीच जो निर्वाचक सूची में नाम दर्ज करने की प्रक्रिया से अनभिज्ञ हैं। मतदाता जागरूकता की यह कमी अप्रभावी पहुँच, सूचना तक अपहुँच या भागीदारी को बाधित करने वाले सामाजिक-सांस्कृतिक कारकों से उत्पन्न हो सकती है। मतदाता शिक्षा कार्यक्रमों को प्रभावी रूप से क्रियान्वित किया जाये ताकि उदासीन लोगों को निर्वाचन प्रक्रिया में सम्मिलित किया जा सके और यह सुनिश्चित किया जाये कि निर्वाचन प्रक्रिया से संबंधित जानकारी दूरस्थ या वंचित आबादी तक पहुँचे। मतदाता जागरूकता का प्रभावी क्रियान्वयन निर्वाचक पंजीकरण की दर में सुधार लाने वाला हो सकता है।
- मतदान केन्द्र स्तरीय पदाधिकारियों पर मतदाताओं की निर्भरता एवं उनका व्यक्तिगत सम्पर्क यह दर्शाती है कि प्रत्यक्ष पारस्परिक सम्पर्क ही मतदाताओं से संबंधित सूचना के प्रसार हेतु सबसे महत्वपूर्ण साधन है। हालांकि युवा वर्ग एवं वैसे वर्ग जिनके पास निर्वाचन प्रणाली में सीधी पहुँच के सीमित साधन हैं तक पहुँच बनाने में डिजिटल एवं मास मीडिया की पूर्ण क्षमता का दोहन अभी नहीं हो पाया है, इस हेतु उनसे जुड़ने के प्रयास के क्रम में लक्षित कार्ययोजना एवं नवाचारों की आवश्यकता है।

- मतदाता सूची की शुद्धता निर्वाचक सूची प्रणाली की मजबूती को दर्शाती है। हालांकि छोटी सी त्रुटि भी मतदाता को मताधिकार से वंचित कर सकती है। निर्वाचन प्रणाली में विश्वास बढ़ाने एवं संभावित व्यवधानों को रोकने हेतु निर्वाचकों को स्वतः सत्यापन टूल एवं समय-समय पर निर्वाचक नामावली में पंजीकृत होने की जानकारी का मोबाइल एप/ SMS के माध्यम से क्रियान्वयन किया जा सकता है, जिससे निर्वाचन प्रक्रिया में मतदाताओं का विश्वास बढ़ेगा।
- यह आँकड़ा दर्शाता है कि निर्वाचक पंजीकरण में परिवार स्तर पर एक महत्वपूर्ण खाई/कमी है। आँकड़ों के अनुसार अधिकांश परिवार पूरी तरह पंजीकृत हैं। फिर भी एक उल्लेखनीय हिस्सा पूरी तरह शामिल नहीं है। इसे सुधारने के लिए घर-घर जाकर अभियान चलाना या परिवार-केंद्रित पहल करना उपयोगी हो सकता है, जिससे सभी योग्य सदस्यों का पंजीकरण सुनिश्चित हो सके। यह भी जरूरी है कि परिवार के मुखिया को हर योग्य सदस्य के पंजीकरण के महत्व को समझाया जाए ताकि पंजीकरण का दर बढ़ सके।
- जागरूकता की भारी कमी व्यक्तिगत गैर-नामांकन में देखी जाने वाली सामान्य चुनौतियों को दर्शाती है। दस्तावेज़ प्राप्त करने में सहायता और प्रक्रिया को सरल बनाने से व्यक्तिगत स्तर पर गैर-पंजीकरण जैसी सामान्य समस्याओं को हल करने में मदद मिल सकती है। ग्रामीण या वंचित क्षेत्रों में पंजीकरण प्रक्रिया को सुगम और दस्तावेज़ प्राप्ति को आसान बनाने से इन बाधाओं को कम किया जा सकता है। इसके अतिरिक्त रजिस्ट्रारकरण प्रक्रिया को आसान बनाने से लम्बी (कठिन) प्रक्रिया के कारण आ रही बाधाओं को दूर किया जा सकता है।
- विभिन्न प्रतिक्रियाएँ यह दिखाती हैं कि पंजीकरण के सही स्थान को लेकर भ्रम होना कुछ लोगों को पंजीकरण में बाधा पहुँचाता है। इस समस्या को हल करने के लिए स्थान की स्पष्ट जानकारी प्रदान करने हेतु जागरूकता अभियानों को और प्रभावी बनाने की जरूरत है। साथ ही, ऑनलाइन पंजीकरण विकल्पों (जिसका उपयोग केवल 6.2% कर रहे हैं) को बढ़ावा देना युवाओं और तकनीक-प्रेमी पीढ़ी के लिए प्रक्रिया को सरल बना सकता है।
- EPIC (मतदाता पहचान पत्र) वितरण की प्रक्रिया प्रभावी दिखती है, लेकिन लगभग एक-तिहाई उत्तरदाता अपने कार्ड के जारी होने की तिथि याद नहीं कर सके, जो संवाद में कमी या रुचि की कमी का संकेत है। एसएमएस नोटिफिकेशन या आधिकारिक अपडेट के माध्यम से रिमाइंडर सिस्टम द्वारा स्मारित करने से मतदाता अपनी पंजीकरण स्थिति के प्रति अधिक जागरूक और चुनाव के लिए तैयार हो सकते हैं।
- वैकल्पिक मतदाता पहचान दस्तावेजों के बारे में जागरूकता उच्च (90.2%) थी, जैसे ड्राइविंग लाइसेंस, राशन कार्ड, बैंक खाता और मतदाता पर्ची। हालांकि, 9.8% लोग इन विकल्पों से अनजान थे।

- अधिकांश प्रतिभागी(92.9%) जानते थे कि स्थानीय अधिकारी, जैसे बीएलओ, मतदाता पंजीकरण में मदद करते हैं। इनमें से 99% ने सीधे बीएलओ से जानकारी प्राप्त की, हालांकि कुछ को यह स्पष्ट नहीं था कि उन्हें कैसे जानकारी मिली।
- लगभग सभी प्रतिभागियों (99.7%) ने पुष्टि की कि बीएलओ उनके घर या कार्यालय गए थे, जो एक मजबूत आउटरीच कार्यक्रम को दर्शाता है।
- लगभग सभी प्रतिभागियों (99.8%) को अपने मतदान केंद्र का स्थान मालूम था, जबकि केवल एक छोटा सा हिस्सा (0.2%) अनिश्चित था।

### फोटो: मधेपुरा जिले में सर्वेक्षण करते निर्वाचन पदाधिकारी



## अध्याय – 4

### ज्ञान, दृष्टिकोण, व्यवहार, विश्वास और प्रथाएँ

चुनाव प्रबंधन में मतदाताओं के ज्ञान, दृष्टिकोण और प्रथाओं (KAP) का विश्लेषण एक महत्वपूर्ण पहलू है। इसका उद्देश्य मतदाताओं के व्यवहार, चुनावी प्रक्रिया की समझ, लोकतांत्रिक संस्थानों और गतिविधियों के प्रति उनके दृष्टिकोण तथा चुनाव में भाग लेने और अपने मतदान अधिकार का उपयोग करने में सक्षम बनाने वाले कार्यों का मूल्यांकन करना है। इस अध्ययन का मुख्य उद्देश्य यह समझना है कि निर्वाचन प्रक्रिया के विभिन्न पहलुओं के बारे में लोग क्या जानते हैं (ज्ञान), क्या सोचते हैं (दृष्टिकोण) और क्या करते हैं (प्रथाएँ)।

#### 4.1 पिछले विधानसभा निर्वाचनों में मतदान

लोकतंत्र में जनप्रतिनिधित्व एक अत्यंत महत्वपूर्ण हिस्सा है। निर्वाचनों का आयोजन इस उद्देश्य से किया जाता है कि अधिक से अधिक मतदाता मतदान करें और सभी पात्र मतदाताओं को इसमें भाग लेने का अवसर मिले। जब यह पूछा गया कि क्या उन्होंने पिछले विधानसभा चुनाव में मतदान किया था, तो 41913 प्रतिभागियों में से 40018 (95.48%) ने बताया कि उन्होंने मतदान किया था, जबकि 1895 (4.52%) ने मतदान नहीं किया।

तालिका 4.1: पिछले विधानसभा चुनाव में मतदान

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	40018	95.5
नहीं	1895	4.5
कुल	<b>41913</b>	<b>100</b>

चित्र 4.1: पिछले विधानसभा चुनाव में मतदान



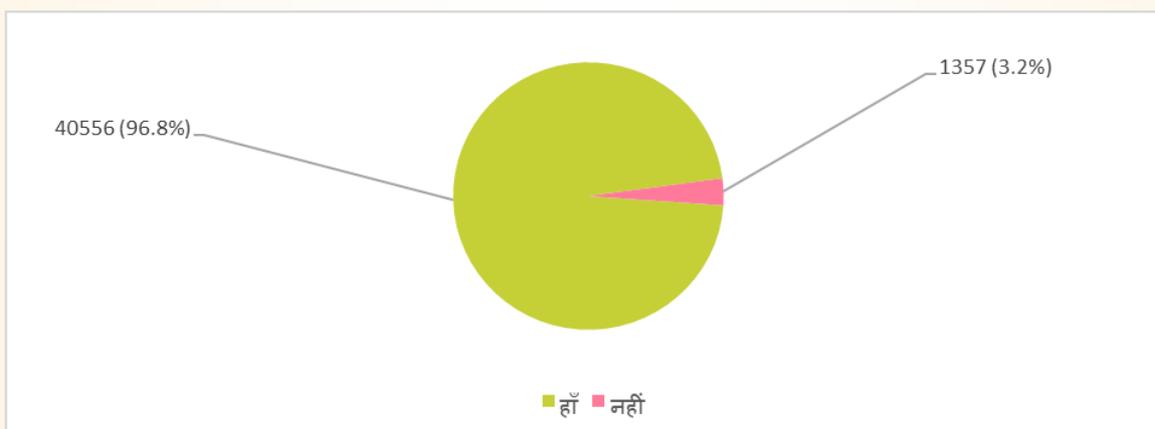
## 4.2 पिछले लोकसभा निर्वाचनों में मतदान

लोकसभा निर्वाचनों के माध्यम से लोकसभा निर्वाचन क्षेत्रों के प्रतिनिधियों का चुनाव किया जाता है। बिहार में कुल 40 लोकसभा निर्वाचन क्षेत्र हैं, जिनमें से 6 सीटें अनुसूचित जाति (SC) के उम्मीदवारों के लिए आरक्षित हैं। जब 2024 के पिछले लोकसभा चुनाव में मतदान सहभागिता के बारे में प्रतिभागियों से पूछा गया, तो 41913 प्रतिभागियों में से 40556 (96.8%) ने बताया कि उन्होंने पिछले लोकसभा चुनाव में मतदान किया था, जबकि 1357 (3.2%) ने मतदान नहीं किया।

तालिका 4.2: पिछले संसदीय चुनावों में मतदान

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	40556	96.8
नहीं	1357	3.2
कुल	41913	100

चित्र 4.2: पिछले संसदीय चुनावों में मतदान



## 4.3 पिछले निर्वाचनों में मतदान न करने के कारण

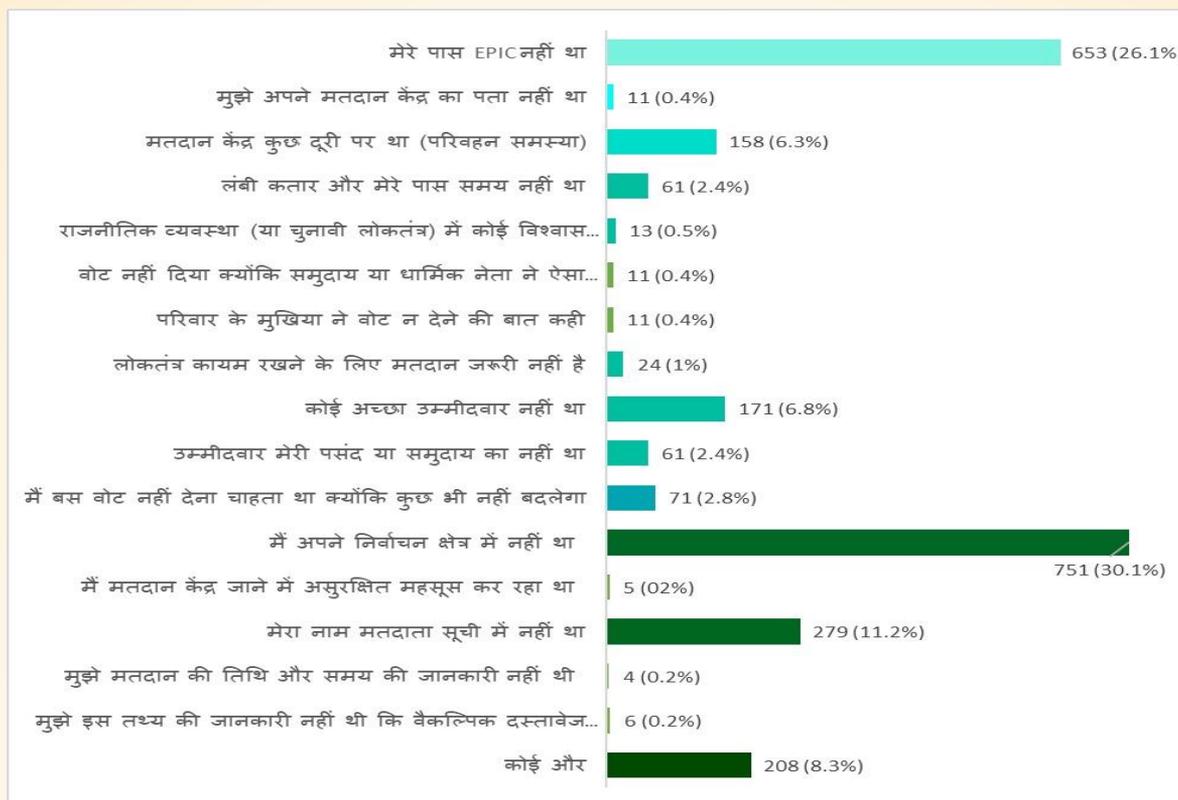
हाल के निर्वाचनों में मतदान से जुड़ी जानकारी लेने के बाद प्रतिभागियों से यह पूछा गया कि उन्होंने मतदान क्यों नहीं किया। कुल 2498 लोगों की प्रतिक्रियाओं में से 653 (26.1%) ने मतदाता पहचान पत्र (EPIC) की कमी को मुख्य कारण बताया। 279 (11.2%) के नाम मतदाता सूची में नहीं मिले और 11 (0.4%) को अपने मतदान केंद्र की जानकारी नहीं थी। 171 (6.8%) को कोई उपयुक्त प्रत्याशी नहीं मिला, जबकि 158 (6.3%) ने मतदान केंद्र की दूरी के कारण मतदान नहीं किया। 61 (2.4%) ने लंबी कतारों से परेशान होकर मतदान से दूरी बनाई और 71 (2.8%) ने राजनीतिक उदासीनता जताई। 24 (1%) का मानना था कि मतदान से लोकतंत्र पर

कोई असर नहीं पड़ता, जबकि 71 (2.8%) ने यह सोचकर मतदान नहीं किया कि इससे कोई बदलाव नहीं होगा। 13 (0.5%) ने चुनावी प्रक्रिया में विश्वास की कमी जताई। 751 (30.1%) प्रतिभागी मतदान के दिन अपने क्षेत्र में मौजूद नहीं थे। 0.8% लोगों ने समुदाय/धार्मिक नेताओं या परिवार के मुखिया के प्रभाव के कारण मतदान नहीं किया, और 61 (2.4%) ने कहा कि प्रत्याशी उनकी पसंद या समुदाय का नहीं था। 0.2% प्रतिभागियों ने असुरक्षा, मतदान की तिथि एवं समय की जानकारी की कमी या वैकल्पिक दस्तावेजों के उपयोग की जानकारी न होने का कारण बताया। 208 (8.3%) ने अन्य कारणों का हवाला दिया। विस्तृत विवरण नीचे तालिका एवं ग्राफ में दिये गये हैं:-

**तालिका 4.3: पिछले चुनावों में मतदान न करने के कारण**

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
मेरे पास EPIC नहीं था	653	26.1
मुझे अपने मतदान केंद्र का पता नहीं था	11	0.4
मतदान केंद्र कुछ दूरी पर था (परिगमन की समस्या)	158	6.3
लंबी कतार और मेरे पास समय नहीं था	61	2.4
राजनीतिक व्यवस्था (या चुनावी लोकतंत्र) में कोई विश्वास नहीं	13	0.5
वोट नहीं दिया क्योंकि समुदाय या धार्मिक नेता ने ऐसा कहा था	11	0.4
परिवार के मुखिया ने वोट न देने की बात कही	11	0.4
लोकतंत्र कायम रखने के लिए मतदान जरूरी नहीं है	24	1.0
कोई अच्छा उम्मीदवार नहीं था	171	6.8
उम्मीदवार मेरी पसंद या समुदाय का नहीं था	61	2.4
मैं बस वोट नहीं देना चाहता था क्योंकि कुछ भी नहीं बदलेगा	71	2.8
मैं अपने निर्वाचन क्षेत्र में नहीं था	751	30.1
मैं मतदान केन्द्र जाने में असुरक्षित महसूस कर रहा था	5	0.2
मेरा नाम मतदाता सूची में नहीं था	279	11.2
मुझे मतदान की तिथि एवं समय की जानकारी नहीं थी	4	0.2
मुझे इस तथ्य की जानकारी नहीं थी कि वैकल्पिक दस्तावेज से भी मतदान किया जा सकता है	6	0.2
कोई और	208	8.3
<b>कुल</b>	<b>2498</b>	<b>100</b>

### चित्र 4.3: पिछले चुनावों में मतदान न करने के कारण



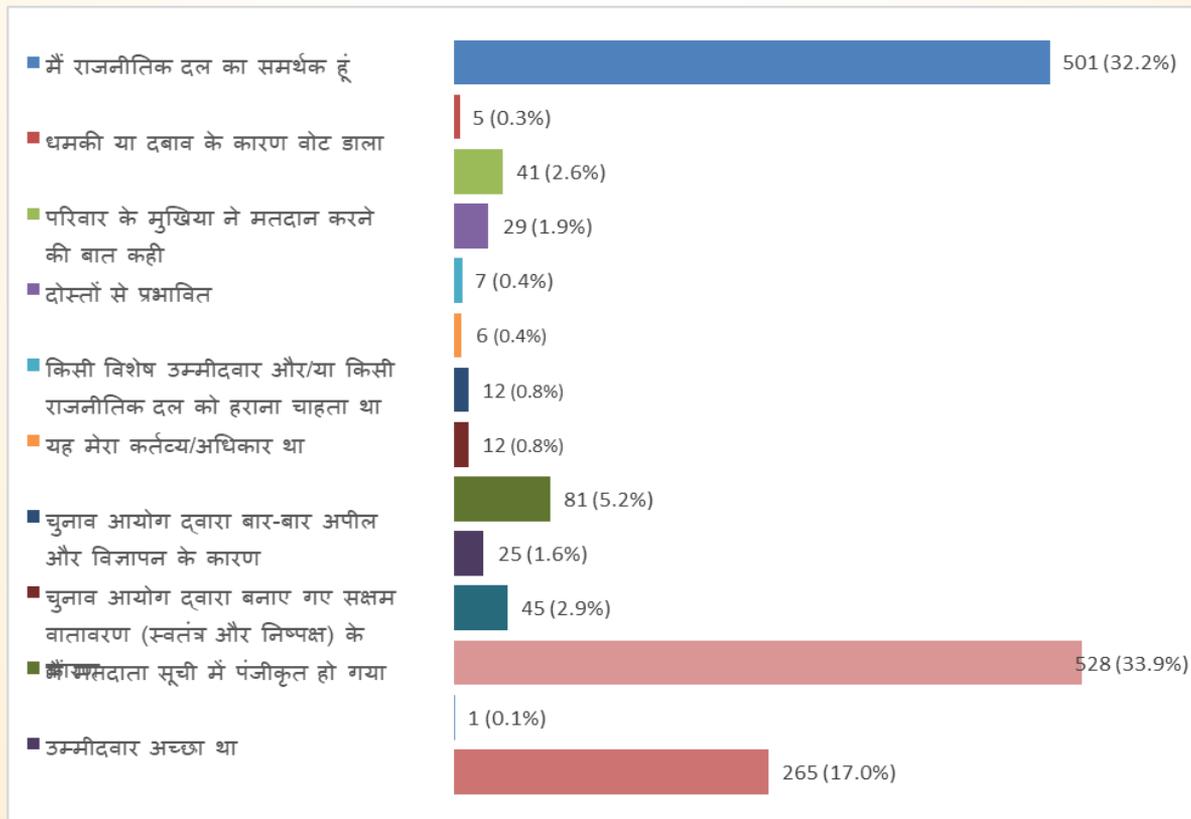
### 4.4 पिछले निर्वाचनों में मतदान करने के कारण

पिछले निर्वाचनों में मतदान करने का मुख्य कारण राजनीतिक पार्टी से जुड़ाव था। सर्वेक्षण के अनुसार, 32.2% प्रतिभागियों ने खुद को किसी राजनीतिक पार्टी का समर्थक बताया। 33.9% प्रतिभागियों ने कहा कि किसी प्रत्याशी ने व्यक्तिगत रूप से उनसे संपर्क किया था। 2.9% प्रतिभागियों ने जाति/धर्म के आधार पर मतदान किया, जबकि 1.6% ने प्रत्याशी को अच्छा मानते हुए मतदान किया। 5.2% प्रतिभागियों ने मतदाता सूची में पंजीकरण को मतदान का कारण बताया। इसके अलावा, 2.6% प्रतिभागियों ने परिवार के मुखिया के कहने पर और 1.9% ने दोस्तों के प्रभाव में मतदान किया। 1.6% प्रतिभागियों ने बार-बार की गई अपील और भारत निर्वाचन आयोग द्वारा बनाए गए अनुकूल माहौल के कारण मतदान किया। केवल 0.4% प्रतिभागियों ने मतदान को अपना कर्तव्य या अधिकार मानते हुए वोट दिया, जबकि अन्य 0.4% ने किसी विशेष प्रत्याशी को हराने के लिए मतदान किया। 0.3% प्रतिभागियों ने दबाव या धमकी के कारण और 0.1% ने प्रलोभन के कारण मतदान किया। अन्य कारण जो उपरोक्त सूची में नहीं हैं, 17% प्रतिभागियों द्वारा बताए गए।

तालिका 4.4: पिछले चुनावों में मतदान के कारण

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
मैं राजनीतिक दल का समर्थक हूँ	501	32.2
धमकी या दबाव के कारण वोट डाला	5	0.3
परिवार के मुखिया ने मतदान करने की बात कही	41	2.6
दोस्तों से प्रभावित	29	1.9
किसी विशेष उम्मीदवार और/या किसी राजनीतिक दल को हराना चाहता था	7	0.4
यह मेरा कर्तव्य/अधिकार था	6	0.4
चुनाव आयोग द्वारा बार-बार अपील और विज्ञापन के कारण	12	0.8
चुनाव आयोग द्वारा बनाए गए सक्षम वातावरण (स्वतंत्र और निष्पक्ष) के कारण	12	0.8
मैं मतदाता सूची में पंजीकृत हो गया	81	5.2
उम्मीदवार अच्छा था	25	1.6
उम्मीदवार मेरी पसंद का और समुदाय और धर्म का था	45	2.9
उम्मीदवार ने व्यक्तिगत रूप से मुझसे मुलाकात की	528	33.9
धन/शराब/प्रलोभन की पेशकश की गई थी	1	0.1
कोई और	265	17.0
<b>कुल</b>	<b>1558</b>	<b>100</b>

चित्र 4.4: पिछले चुनावों में मतदान के कारण



#### 4.5 मतदान के दिन का अनुभव

चुनाव के दिन मतदान की प्रक्रिया में आसानी का मतदाता सहभागिता पर बड़ा असर पड़ता है। भारत निर्वाचन आयोग (ECI) यह सुनिश्चित करता है कि मतदान केंद्रों पर सुनिश्चित न्यूनतम सुविधाएं (AMF) उपलब्ध हों, ताकि मतदान का अनुभव बेहतर हो सके। सर्वेक्षण में भाग लेने वाले 40891 (97.6%) प्रतिभागियों ने बताया कि उन्हें मतदान के दिन का अनुभव सुविधाजनक लगा। वहीं, 161 (0.4%) लोगों ने कुछ असुविधा का सामना किया। इसके अतिरिक्त, 90 (0.2%) ने प्रक्रिया को थकाऊ बताया और 771 (1.8%) प्रतिभागी अपने मतदान दिवस के अनुभव को याद नहीं कर सके। इस विषय का विस्तृत विश्लेषण नीचे दी गई तालिका और ग्राफ में प्रस्तुत है।

तालिका 4.5: मतदान के दिन का अनुभव

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
सुविधाजनक	40891	97.6
असुविधाजनक	161	0.4
थकाऊ	90	0.2
याद नहीं आ रहा	771	1.8
कुल	41913	100

चित्र 4.5: मतदान के दिन का अनुभव



#### 4.6 पिछले निर्वाचनों में किसी विशेष प्रत्याशी को चुनने के प्रेरक कारकों का मूल्यांकन

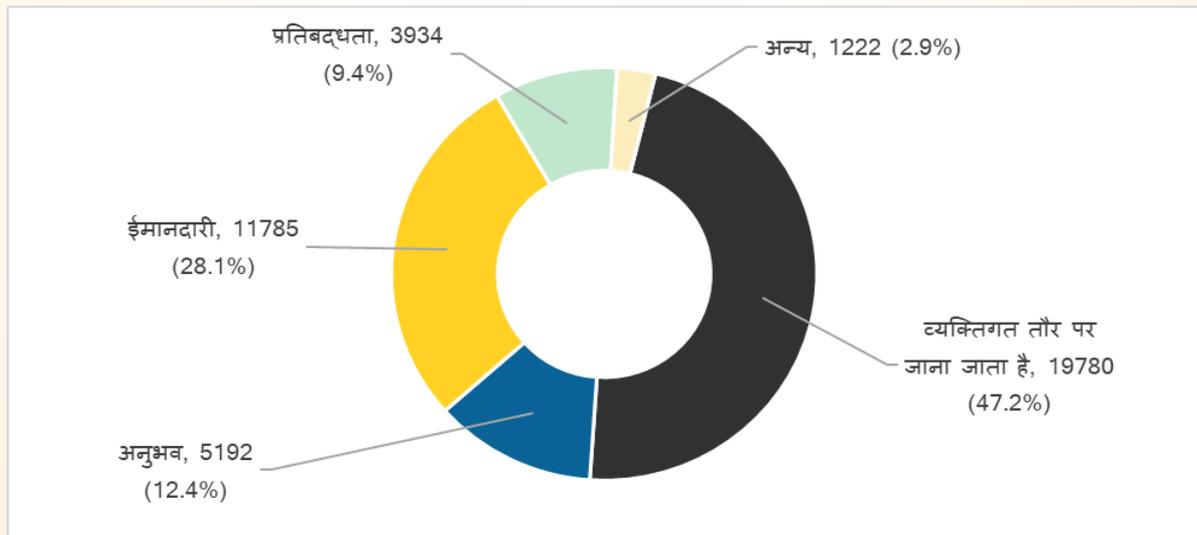
किसी प्रत्याशी को चुनने के लिए मतदाताओं के निर्णय पर विभिन्न सामाजिक, आर्थिक और धार्मिक कारकों का प्रभाव पड़ता है। इस सर्वेक्षण में यह भी जांचा गया कि मतदाताओं को किसी खास प्रत्याशी को चुनने के लिए क्या प्रेरित करता है। तालिका के अनुसार, किसी प्रत्याशी को

चुनने का सबसे बड़ा कारण व्यक्तिगत जान-पहचान था, जिसे 19780 (47.2%) प्रतिभागियों ने अपनी वजह बताया। इसके अलावा, 5192 (12.4%) प्रतिभागियों ने प्रत्याशी के अनुभव के आधार पर अपना निर्णय लिया। 11785 (28.1%) प्रतिभागियों ने प्रत्याशी की ईमानदारी को प्राथमिकता दी, जबकि 3934 (9.4%) ने पार्टी या प्रत्याशी के प्रति प्रतिबद्धता को मुख्य कारण बताया। एक छोटे हिस्से, 1222 (2.9%) प्रतिभागियों ने अन्य कारणों के आधार पर किसी प्रत्याशी को चुना। इस विषय का विस्तृत विश्लेषण नीचे दी गई तालिका और ग्राफ में प्रस्तुत है।

**तालिका 4.6: पिछले चुनावों के दौरान किसी विशेष उम्मीदवार को चुनने के लिए प्रेरक कारकों का आँकलन**

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
व्यक्तिगत तौर पर जाना जाता है	19780	47.2
अनुभव	5192	12.4
ईमानदारी	11785	28.1
प्रतिबद्धता	3934	9.4
अन्य	1222	2.9
<b>कुल</b>	<b>41913</b>	<b>100</b>

**चित्र 4.6: पिछले चुनावों के दौरान किसी विशेष उम्मीदवार को चुनने के लिए प्रेरक कारकों का आँकलन**



#### 4.7 प्रतिभागियों के परिवार के पात्र मतदाताओं द्वारा मतदान न करने का मूल्यांकन

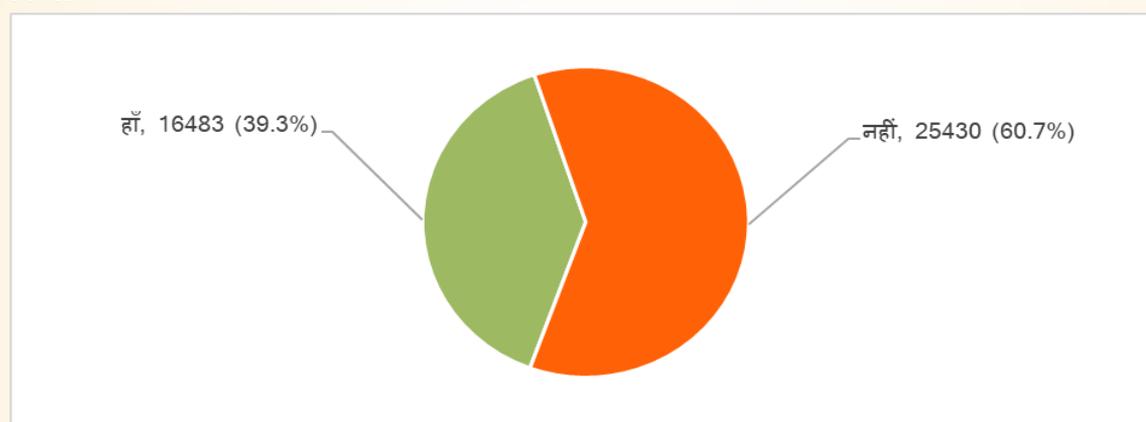
सर्वेक्षण में यह जांचा गया कि प्रतिभागियों के परिवार में कितने ऐसे पात्र मतदाता थे जिन्होंने हाल के निर्वाचनों में मतदान नहीं किया। इसके जरिए परिवार स्तर पर मतदान सहभागिता को समझने का प्रयास किया गया। परिणामों के अनुसार, 39.3% प्रतिभागियों ने बताया कि उनके

परिवार में ऐसे सदस्य थे जो मतदान के पात्र थे, लेकिन उन्होंने पिछले चुनाव में मतदान नहीं किया।

**तालिका 4.7: प्रतिभागियों के परिवार के मतदान योग्य सदस्यों का मूल्यांकन जिन्होंने मतदान नहीं किया**

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	16483	39.3
नहीं	25430	60.7
कुल	<b>41913</b>	<b>100</b>

**चित्र 4.7: प्रतिभागियों के परिवार के मतदान योग्य सदस्यों का मूल्यांकन जिन्होंने मतदान नहीं किया**



#### 4.8 प्रतिभागियों के परिवार के पात्र मतदाताओं द्वारा मतदान न करने के कारणों का मूल्यांकन

सर्वेक्षण में प्रतिभागियों से यह भी पूछा गया कि प्रतिभागियों के परिवार के पात्र मतदाताओं ने मतदान क्यों नहीं किया। लगभग 75.8% प्रतिभागियों ने बताया कि उनके परिवार के मतदाताओं के पास EPIC (मतदाता पहचान पत्र) नहीं था। 18.7% ने कहा कि उनके परिवार के सदस्य निर्वाचन क्षेत्र में मौजूद नहीं थे। 0.3% प्रतिभागियों ने बताया कि उनके परिवार के मतदाताओं के नाम मतदाता सूची में नहीं थे, जबकि 0.4% ने चुनावी लोकतंत्र में विश्वास की कमी को कारण बताया।

इसके अलावा, 0.05% ने मतदान केंद्र की जानकारी न होने का कारण बताया और 0.4% ने परिवार के मुखिया या समुदाय के नेता के प्रभाव का हवाला दिया। 0.3% प्रतिभागियों ने लंबी कतारों को मतदान न करने का कारण बताया। 0.9% ने कहा कि उन्हें कोई उपयुक्त प्रत्याशी नहीं मिला। 0.2% ने मतदान केंद्र की दूरी के कारण लॉजिस्टिक समस्याओं का सामना किया, जबकि 0.2% ने मतदान को लोकतंत्र बनाए रखने के लिए जरूरी नहीं माना। 0.2% प्रतिभागियों

ने कहा कि उन्हें अपनी पसंद या समुदाय का प्रत्याशी नहीं मिला और 0.9% ने माना कि मतदान से कोई बदलाव नहीं होगा।

कुछ प्रतिभागियों (0.1%) ने बताया कि उन्हें मतदान दिवस पर मतदाता पर्ची नहीं मिली और 0.1% ने मतदान केंद्र पर असुरक्षित महसूस किया। 1.4% प्रतिभागियों ने अन्य कारण बताए, जिनकी वजह से उनके परिवार के पात्र मतदाता मतदान नहीं कर सके।

#### तालिका 4.8 प्रतिभागियों के परिवार में पात्र मतदाताओं द्वारा मतदान न करने के कारणों का आँकलन

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
उसके पास चुनावी फोटो पहचान पत्र नहीं था	12500	75.8
उसे मतदान केंद्र की जानकारी नहीं थी	8	0.05
मतदान केंद्र दूरी पर था (उन्हें परिवहन/रसद संबंधी समस्या थी)	38	0.2
लंबी कतार और उसके पास समय नहीं था	52	0.3
राजनीतिक व्यवस्था (या चुनावी लोकतंत्र) में कोई विश्वास नहीं	67	0.4
वोट नहीं दिया क्योंकि समुदाय या धार्मिक नेता ने ऐसा कहा था	12	0.1
परिवार के मुखिया ने वोट न देने की बात कही	54	0.3
लोकतंत्र कायम रखने के लिए मतदान जरूरी नहीं है	33	0.2
कोई अच्छा उम्मीदवार नहीं था	151	0.9
उम्मीदवार अपनी पसंद या समुदाय का नहीं था	37	0.2
वह सिर्फ वोट नहीं देना चाहता था क्योंकि कुछ भी नहीं बदलेगा	148	0.9
वह अपने निर्वाचन क्षेत्र में नहीं थे	3081	18.7
उन्हें मतदान के दिन भी बूथ पर मतदाता पर्ची नहीं मिली	13	0.1
वह मतदान केंद्र पर जाने से डरता था/असुरक्षित महसूस करता था	6	0.0
उनका नाम मतदाता सूची में नहीं था	50	0.3
कोई और	233	1.4
<b>कुल</b>	<b>16483</b>	<b>100</b>

उसके पास चुनावी फोटो पहचान पत्र नहीं था	12500 (75.8%)
उसे मतदान केंद्र की जानकारी नहीं थी	8 (0.05%)
मतदान केंद्र दूरी पर था (उन्हें परिवहन/रसद संबंधी...)	38 (0.2%)
लंबी कतार और उसके पास समय नहीं था	52 (0.3%)
राजनीतिक व्यवस्था (या चुनावी लोकतंत्र) में कोई विश्वास...	67 (0.4%)
वोट नहीं दिया क्योंकि समुदाय या धार्मिक नेता ने ऐसा...	12 (0.1%)
परिवार के मुखिया ने वोट न देने की बात कही	54 (0.3%)
लोकतंत्र कायम रखने के लिए मतदान जरूरी नहीं है	33 (0.2%)
कोई अच्छा उम्मीदवार नहीं था	151 (0.9%)
उम्मीदवार अपनी पसंद या समुदाय का नहीं था	37 (0.2%)
वह सिर्फ वोट नहीं देना चाहता था क्योंकि कुछ भी नहीं...	148 (0.9%)
वह अपने निर्वाचन क्षेत्र में नहीं थे	3081 (18.7%)
उन्हें मतदान के दिन भी बूथ पर मतदाता पर्ची नहीं मिली	13 (0.1%)
वह मतदान केंद्र पर जाने से डरता था/असुरक्षित महसूस...	6 (0.03%)
उनका नाम मतदाता सूची में नहीं था	50 (0.3%)
कोई और	233 (1.4%)

#### 4.9 मतदान प्राथमिकताओं को प्रभावित करने वाले कारक

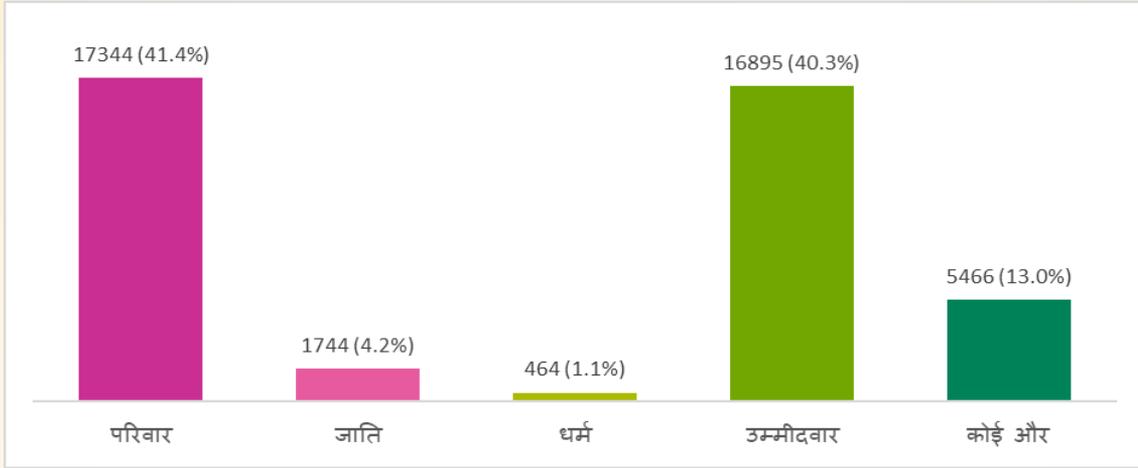
मतदाताओं की मतदान प्राथमिकताओं पर परिवार, जाति, धर्म और पार्टी या प्रत्याशी के प्रति निष्ठा जैसे कई कारक प्रभाव डालते हैं। सभी पात्र प्रतिभागियों से यह जानने के लिए सर्वेक्षण किया गया कि उनकी मतदान प्राथमिकताओं को कौन-कौन से कारक प्रभावित करते हैं।

सर्वेक्षण के अनुसार, 41.4% प्रतिभागियों ने बताया कि उनके मतदान के निर्णय पर उनके परिवार की राय का प्रभाव पड़ता है, जबकि 40.3% ने कहा कि उनकी प्राथमिकता चुनाव लड़ रहे प्रत्याशी पर आधारित होती है। केवल 4.2% और 1.1% प्रतिभागियों ने क्रमशः जाति और धर्म को अपनी मतदान पसंद को प्रभावित करने वाला कारक बताया। अन्य कारक 13% प्रतिभागियों की मतदान प्राथमिकताओं को प्रभावित करते हैं। इस विषय का विस्तृत विश्लेषण नीचे दी गई तालिका और ग्राफ में प्रस्तुत है।

तालिका 4.9 मतदान प्राथमिकताओं को प्रभावित करने वाले कारक

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
परिवार	17344	41.4
जाति	1744	4.2
धर्म	464	1.1
उम्मीदवार	16895	40.3
कोई और	5466	13.0
<b>कुल</b>	<b>41913</b>	<b>100</b>

**चित्र 4.9 मतदान प्राथमिकताओं को प्रभावित करने वाले कारक**



#### 4.10 प्रतिभागियों के क्षेत्र में उच्च मतदान दर को प्रभावित करने वाले कारक

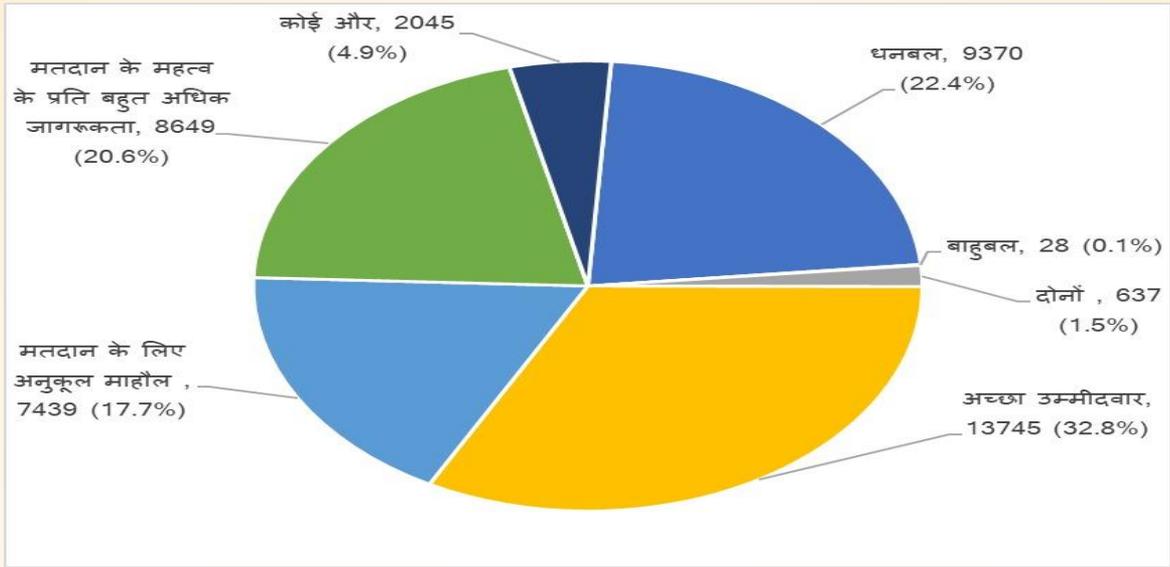
भारत निर्वाचन आयोग (ECI) विभिन्न उपायों के माध्यम से निर्वाचनों में मतदान दर को बढ़ाने के लिए लगातार प्रयास कर रहा है, जैसे कि पिंक बूथ, बुजुर्गों और PwD व्यक्तियों के लिए घर पर मतदान और व्यापक SVEEP अभियान। इस सर्वेक्षण में उन कारकों की पहचान की गई जो उच्च मतदान दर में योगदान करते हैं।

जब प्रतिभागियों से उनके क्षेत्र में उच्च मतदान दर को प्रभावित करने वाले कारकों के बारे में पूछा गया, तो 32.8% ने सही प्रत्याशी की उपस्थिति को मुख्य कारण बताया। इसके अलावा, 22.4% ने वित्तीय संसाधनों के प्रभाव को महत्वपूर्ण माना, जबकि 17.7% का मानना था कि मतदान के लिए अनुकूल माहौल उच्च मतदान दर को प्रेरित करता है। 20.6% ने मतदान के महत्व के बारे में बढ़ती जागरूकता को उच्च मतदान दर के लिए प्रेरक कारक माना। अन्य कारणों में, लगभग 5% प्रतिभागियों ने बाहुबल (मसल पावर), किसी विशेष राजनीतिक पार्टी के प्रति निष्ठा और समुदाय के नेताओं द्वारा प्रोत्साहन का उल्लेख किया।

**तालिका 4.10: प्रतिभागियों के क्षेत्र में उच्च मतदान को प्रभावित करने वाले कारक**

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
धनबल	9370	22.4
बाहुबल	28	0.1
दोनों	637	1.5
अच्छा उम्मीदवार	13745	32.8
मतदान के लिए अनुकूल माहौल	7439	17.7
मतदान के महत्व के प्रति बहुत अधिक जागरूकता	8649	20.6
कोई और	2045	4.9
<b>कुल</b>	<b>41913</b>	<b>100</b>

चित्र 4.10: प्रतिभागियों के क्षेत्र में उच्च मतदान को प्रभावित करने वाले कारक



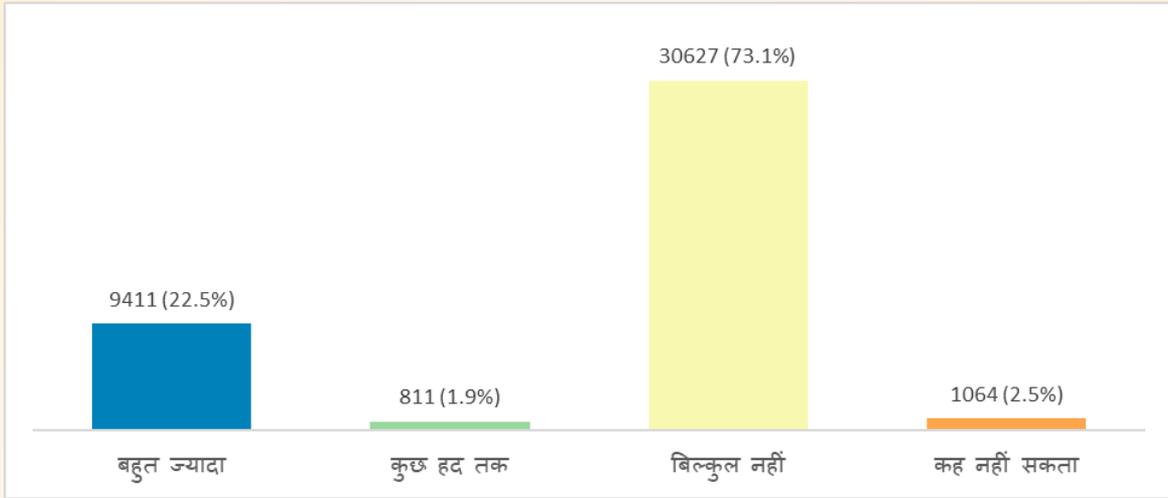
#### 4.11 निर्वाचनों के दौरान सुरक्षा खतरे का मूल्यांकन

वर्षों से निर्वाचन आयोग (ECI) ने यह सुनिश्चित करने के लिए कई उपाय लागू किए हैं कि चुनाव एक अनुकूल वातावरण में, बिना डर या पक्षपाती व्यवहार के संपन्न हों। वर्तमान में, बिहार में चुनाव आमतौर पर बिना किसी विघ्न के होते हैं। तालिका में दिए गए आंकड़ों के अनुसार, 73.1% प्रतिभागियों ने बताया कि उन्हें चुनाव के दौरान असुरक्षित महसूस नहीं हुआ। यह महत्वपूर्ण है कि 22.5% ने निर्वाचनों के दौरान उच्च असुरक्षा का अनुभव किया, जबकि 1.9% ने कुछ हद तक असुरक्षित महसूस किया और 2.5% ने अपनी राय व्यक्त करने से परहेज किया।

तालिका 4.11: चुनाव के दौरान सुरक्षा खतरों का आँकलन

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
बहुत ज्यादा	9411	22.5
कुछ हद तक	811	1.9
बिल्कुल नहीं	30627	73.1
कह नहीं सकता	1064	2.5
<b>कुल</b>	<b>41913</b>	<b>100</b>

चित्र 4.11: चुनाव के दौरान सुरक्षा खतरों का आँकलन



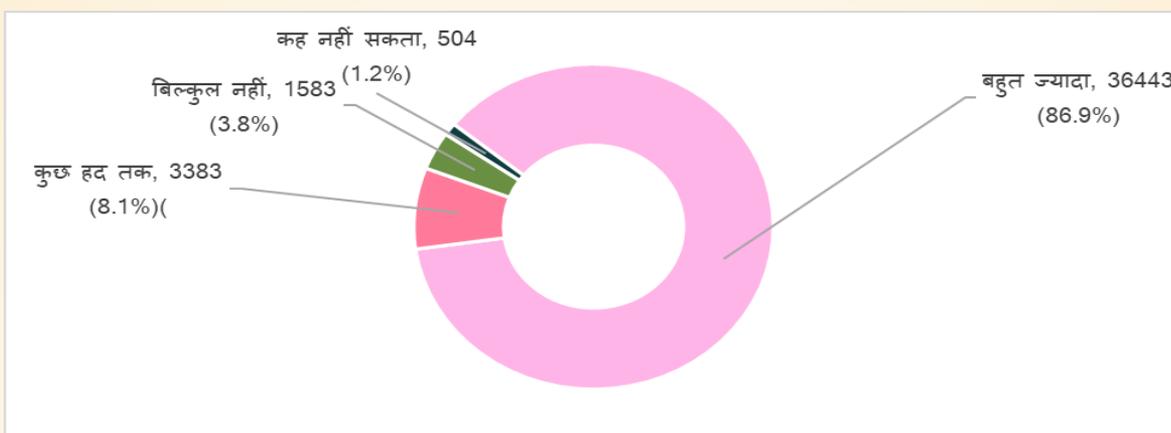
#### 4.12 पुलिस बल की तैनाती की पर्याप्तता का मूल्यांकन

निर्वाचनों के शांतिपूर्ण संचालन के लिए सुरक्षा बलों की तैनाती अत्यंत महत्वपूर्ण है, विशेषकर संवेदनशील और Left Wing Extremism-LWE (नक्सलवादी/उग्रवादी क्षेत्रों) प्रभावित क्षेत्रों में। पर्याप्त सुरक्षा उपाय चुनाव की निष्पक्षता सुनिश्चित करते हैं और मतदाताओं में चुनावी प्रक्रिया के प्रति विश्वास पैदा करते हैं। निर्वाचनों के दौरान पुलिस बल की तैनाती के बारे में पूछे गए सवाल का जवाब देते हुए, लगभग 86.9% प्रतिभागियों ने बताया कि सुरक्षा व्यवस्था पर्याप्त थी, जबकि 8.1% ने इसे कुछ हद तक पर्याप्त माना। लगभग 3.8% ने महसूस किया कि सुरक्षा व्यवस्था बिल्कुल भी पर्याप्त नहीं थी और 1.2% ने कोई जवाब नहीं दिया।

तालिका 4.12: पुलिस बल की तैनाती पर्याप्त होने का आँकलन

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
बहुत ज्यादा	36443	86.9
कुछ हद तक	3383	8.1
बिल्कुल नहीं	1583	3.8
कह नहीं सकता	504	1.2
<b>कुल</b>	<b>41913</b>	<b>100</b>

चित्र 4.12: पुलिस बल की तैनाती पर्याप्त होने का आँकलन



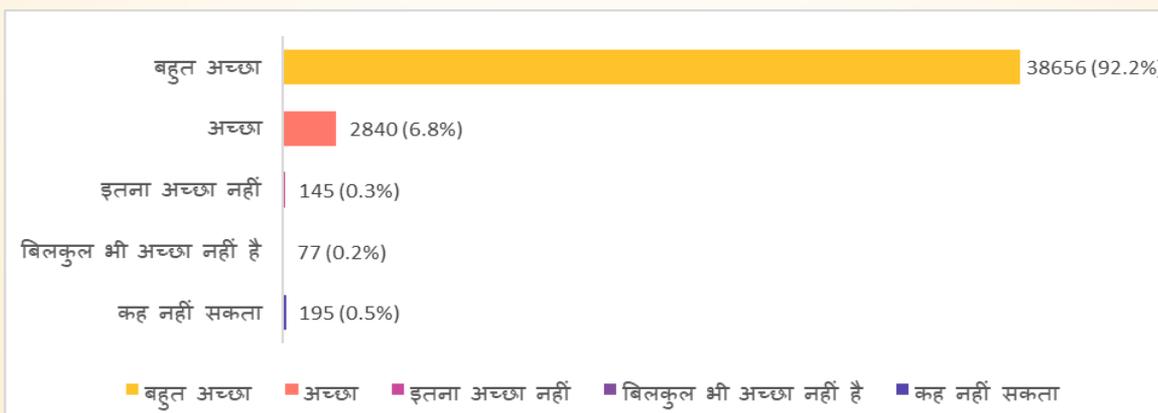
#### 4.13 निर्वाचनों के दौरान मतदान केंद्र पर अनुभव

मतदान केंद्र पर अनुभव चुनाव के दिन एक तरह से प्रचार का कार्य करता है और एक सकारात्मक मतदान अनुभव मतदाताओं को अधिक संख्या में मतदान करने के लिए प्रेरित करता है। प्रतिभागियों से निर्वाचनों के दौरान मतदान केंद्र पर उनकी संतुष्टि के बारे में पूछा गया। लगभग 99% प्रतिभागियों ने अपने मतदान केंद्र के अनुभव को "बहुत अच्छा" या "अच्छा" बताया, 0.5% निर्णय नहीं ले सके और 0.5% असंतुष्ट थे, जिन्होंने "इतना अच्छा नहीं" या "बिल्कुल अच्छा नहीं" विकल्प चुना।

तालिका 4.13 : चुनाव के दौरान मतदान केंद्र पर अनुभव

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
बहुत अच्छा	38656	92.2
अच्छा	2840	6.8
इतना अच्छा नहीं	145	0.3
बिल्कुल भी अच्छा नहीं है	77	0.2
कह नहीं सकता	195	0.5
कुल	41913	100

चित्र 4.13: चुनाव के दौरान मतदान केन्द्र पर अनुभव



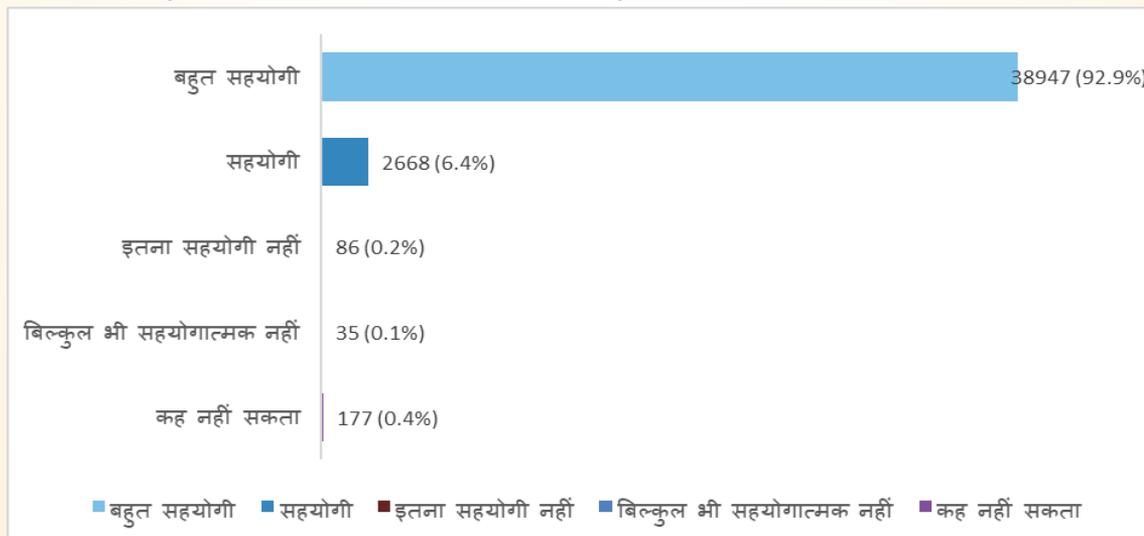
#### 4.14 निर्वाचनोंके दौरान मतदान केंद्र पर मतदान कर्मियों का व्यवहार

निर्वाचन कर्मियों का शिष्ट एवं स्नेहशील व्यवहार मतदान के अनुभव को बेहतर बनाता है और भारत निर्वाचन आयोग (ECI) की प्रतिष्ठा में योगदान करता है, क्योंकि मतदान कर्मी चुनाव के दिन ECI का प्रतिनिधित्व करते हैं। आंकड़ों से पता चलता है कि 92.9% प्रतिभागियों ने मतदान केंद्र पर अत्यधिक सहयोगी मतदान कर्मियों से मुलाकात की, जबकि 6.4% ने सहयोगी मतदान कर्मियों का अनुभव किया। एक छोटी संख्या में 0.3% प्रतिभागियों ने कर्मियों से सहयोग की कमी का अनुभव किया, जबकि 0.4% ने इस पर कोई राय व्यक्त नहीं की। विवरण नीचे दी गई तालिका और चार्ट में दिया गया है।

**तालिका 4.14: चुनाव के दौरान मतदान केंद्र का अनुभव**

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
बहुत सहयोगी	38947	92.9
सहयोगी	2668	6.4
इतना सहयोगी नहीं	86	0.2
बिल्कुल भी सहयोगात्मक नहीं	35	0.1
कह नहीं सकता	177	0.4
<b>कुल</b>	<b>41913</b>	<b>100</b>

**चित्र 4.14: चुनाव के दौरान मतदान केन्द्र का अनुभव**



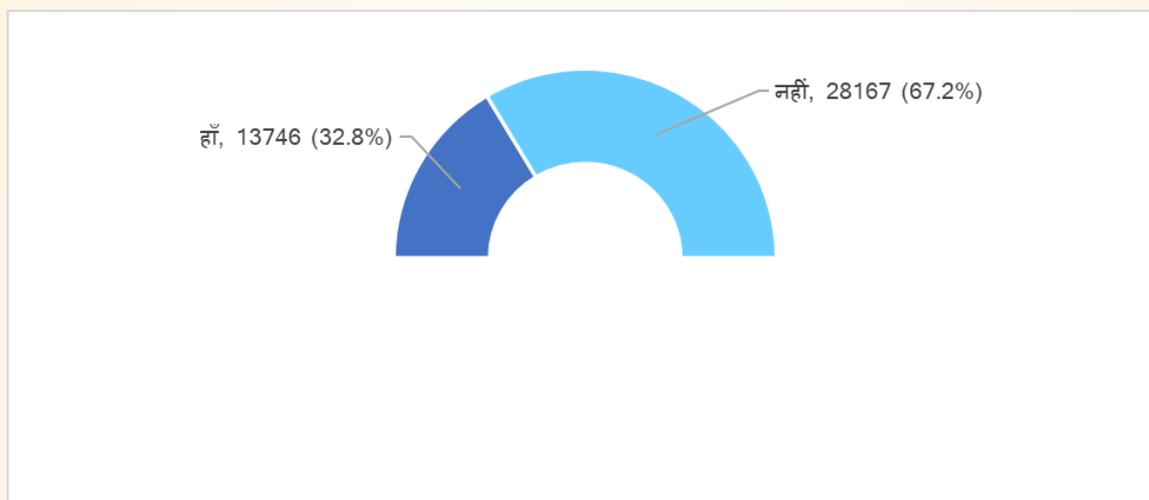
#### 4.15 निर्वाचनों के दौरान मतदान केंद्र पर कठिनाइयाँ

प्रतिभागियों से निर्वाचनोंके दौरान मतदान केंद्र पर उनकी कठिनाइयों के बारे में पूछा गया। लगभग 67.2% प्रतिभागियों ने किसी भी प्रमुख कठिनाई का सामना नहीं किया, जबकि 32.8% ने मतदान केंद्र पर कुछ कठिनाइयाँ बताईं।

तालिका 4.15: चुनाव के दौरान मतदान केन्द्र पर कठिनाइयाँ

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	13746	32.8
नहीं	28167	67.2
कुल	<b>41913</b>	<b>100</b>

चित्र 4.15: चुनाव के दौरान मतदान केन्द्र पर कठिनाइयाँ



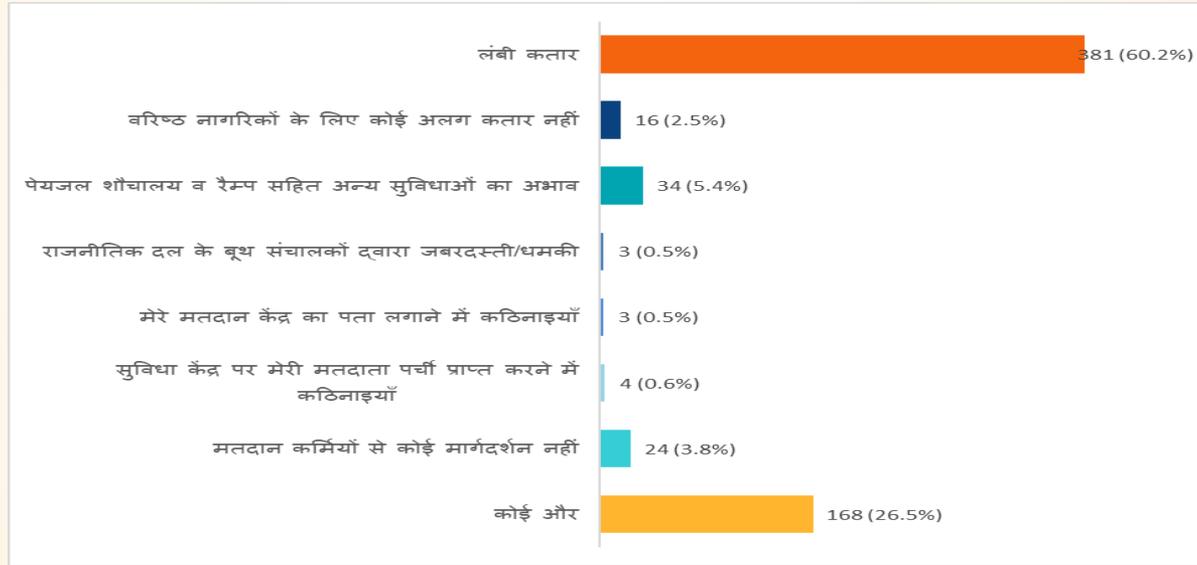
#### 4.16 निर्वाचनों के दौरान मतदान केन्द्र पर मतदाताओं द्वारा सामना की गई कठिनाइयों के प्रकार

सर्वेक्षण के अनुसार, सबसे सामान्य चुनौती जो 60.2% प्रतिभागियों ने अनुभव की, वह मतदान केन्द्र पर लंबी कतारें थीं। इस बीच, 2.5% प्रतिभागियों ने वरिष्ठ नागरिकों के लिए अलग कतार न होने के कारण कठिनाई का सामना किया। बुनियादी सुविधाएँ जैसे पानी, शौचालय, रैंप आदि, 5.4% प्रतिभागियों के लिए कठिनाई का कारण बनीं, जबकि 3.8% को मतदान कर्मियों से कोई मार्गदर्शन नहीं मिला। Facilitation Center से मतदाता पर्ची प्राप्त करना और मतदान केन्द्र का पता लगाना, क्रमशः 0.6% और 0.5% प्रतिभागियों द्वारा चुनौती के रूप में उल्लेखित किया गया। इसके अतिरिक्त, एक छोटे प्रतिशत (0.5%) ने राजनीतिक पार्टी एजेंटों से धमकी या दबाव का सामना करने की रिपोर्ट दी। 26.5% प्रतिभागियों ने सूची में विशेष रूप से उल्लिखित न की गई अन्य कठिनाइयों का अनुभव किया।

**तालिका 4.16: मतदान केंद्र पर मतदाताओं को होने वाली कठिनाइयों के प्रकार**

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
लंबी कतार	381	60.2
वरिष्ठ नागरिकों के लिए कोई अलग कतार नहीं	16	2.5
पेयजल शौचालय व रैम्प सहित अन्य सुविधाओं का अभाव	34	5.4
राजनीतिक दल के बूथ संचालकों द्वारा जबरदस्ती/धमकी	3	0.5
मेरे मतदान केंद्र का पता लगाने में कठिनाइयाँ	3	0.5
सुविधा केंद्र पर मेरी मतदाता पर्ची प्राप्त करने में कठिनाइयाँ	4	0.6
मतदान कर्मियों से कोई मार्गदर्शन नहीं	24	3.8
कोई और	168	26.5
<b>कुल</b>	<b>633</b>	<b>100</b>

**चित्र 4.16: मतदान केन्द्र पर मतदाताओं को होने वाली कठिनाइयों के प्रकार**



## अवलोकन और निष्कर्ष

**मतदाता सहभागिता प्रशंसनीय है:** डेटा दर्शाता है कि यद्यपि प्रतिभागियों के बीच स्वस्थ सहभागिता है, फिर भी एक महत्वपूर्ण संख्या में मतदाता अभी भी निर्वाचन प्रक्रिया में सहभागिता नहीं करते हैं। यह अंतर यह सुझाव देता है कि यद्यपि मतदाता संवेदनशीलता कुछ हद तक सफल रही है, कुछ जनसंख्या वर्ग अभी भी पहुँच से बाहर हैं। यह लक्षित संपर्क योजना बनाने की आवश्यकता को उजागर करता है, जो जिज्ञासा, लॉजिस्टिक समस्याएँ या मतदाता शिक्षा की कमी जैसी कारणों का समाधान करे। इसमें अधिक स्थानीय प्रयास, सोशल मीडिया का उपयोग बढ़ाना या सिविल सोसाइटी संगठनों के साथ साझेदारी की आवश्यकता हो सकती है, ताकि इस अंतर को भरा जा सके।

**मतदाता दस्तावेज़ीकरण और पहुँच में सुधार की आवश्यकता:** कई प्रतिभागियों ने वोट न देने का कारण EPIC (मतदाता फोटो पहचान पत्र) कार्ड न होना या उनके निर्वाचन क्षेत्र में अनुपस्थित होना बताया। यह अधिक लचीले और सुलभ मतदाता पंजीकरण विधियों की आवश्यकता को इंगित करता है। मोबाइल मतदाता पंजीकरण अभियान, कार्ड नवीनीकरण के लिए ऑनलाइन सिस्टम, या अनुपस्थित मतदाताओं के मतदान विकल्प से निर्वाचन प्रक्रिया में भागीदारी और प्रखर हो सकती है, खासकर प्रवासी श्रमिकों, छात्रों और अन्य लोगों के लिए जो अक्सर अपने मूल निर्वाचन क्षेत्रों से बाहर रहते हैं। यह पंजीकरण एवं आंकड़ों के संधारण से सम्बंधित समस्याओं में सुधार के लिए सरकारी संस्थाओं और स्थानीय समुदायों के बीच बेहतर समन्वय की आवश्यकता को भी उजागर करता है।

**राजनीतिक जुड़ाव महत्वपूर्ण है:** कई मतदाता व्यक्तिगत रूप से उम्मीदवारों के दौरे या राजनीतिक पार्टी से जुड़ाव के कारण मतदान में भाग लेने के लिए प्रेरित हुए। यह व्यक्तिगत राजनीतिक अभियान की प्रभावशीलता को स्पष्ट करता है। मतदाता सहभागिता पर पार्टी राजनीति और व्यक्तिगत संपर्क का भारी प्रभाव परिलक्षित है। राजनीतिक दल इससे लाभ उठाकर निर्वाचकों के मध्य संपर्क कार्यक्रम, टाउन हॉल बैठकें और घर-घर दौरे को प्राथमिकता देने की कोशिश कर सकते हैं। यह स्वतंत्र उम्मीदवारों या अपेक्षाकृत कम लोकप्रिय राजनीतिक नेताओं के लिए अवसर प्रस्तुत करता है, जो निर्वाचकों के साथ व्यक्तिगत रूप से जुड़कर, स्थानीय और पारस्परिक राजनीतिक जुड़ाव की शक्ति का प्रदर्शन कर सकते हैं।

**मतदान दिवस की लॉजिस्टिक्स पर ध्यान देने की आवश्यकता:** हालाँकि अधिकांश प्रतिभागियों ने मतदान प्रक्रिया को सुविधाजनक पाया, लेकिन कई मतदाताओं को लॉजिस्टिक मुद्दों का सामना करना पड़ा जैसे लंबी कतारें और अपर्याप्त सुविधाएँ। मतदान दिवस पर सुचारू लॉजिस्टिक्स सुनिश्चित करना मतदाता संतोष और मतदान प्रतिशत के लिए महत्वपूर्ण है। ये मुद्दे विशेष रूप से अधिक घनत्व वाले क्षेत्रों में तीव्र होते हैं, जहां मतदाताओं की भीड़ मतदान केंद्रों पर दबाव डाल सकती है। यह संसाधनों के आवंटन की पुनः आलोचना की आवश्यकता को दर्शाता है, जिसमें

कतार प्रबंधन, मतदान केंद्रों की संख्या बढ़ाना और उचित सुविधाओं का सुनिश्चित करना शामिल है।

**मतदाता व्यवहार सामाजिक रूप से प्रेरित है:** परिवार का दृष्टिकोण मतदाताओं की प्राथमिकताओं को आकार देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है, जो यह दर्शाता है कि मतदान अक्सर एक सामूहिक और सामाजिक रूप से प्रभावित निर्णय होता है। मतदाता अभियानों को निर्णय-निर्माण के इस सामाजिक पहलू का लाभ उठाकर परिवार इकाइयों को लक्षित करना चाहिए, न कि व्यक्तियों को। परिवार-केन्द्रित कार्यक्रमों या मल्टीमीडिया अभियानों के माध्यम से विशेष रूप से परिवारों को जोड़ने वाले कार्यक्रमों को चलाने से यह सुनिश्चित हो सकता है कि मतदान निर्णय अधिक सूचित और विचारशील हों।

**सुरक्षा चिंताएँ मतदान में भागीदारी को प्रभावित कर सकती हैं:** हालाँकि अधिकांश मतदाता सुरक्षित महसूस करते हैं, 22.5% प्रतिभागियों ने मतदान के दौरान असुरक्षित महसूस किया। मतदान सुरक्षा एक महत्वपूर्ण मुद्दा बनी रहती है, विशेष रूप से उन क्षेत्रों में जहां चुनावी हिंसा या धमकाने का इतिहास है। इससे बड़ी संख्या में मतदाताओं का चुनावी प्रक्रिया में भाग लेने से हतोत्साहित हो सकता है। इन चिंताओं का समाधान करने के लिए मतदान केंद्रों पर पर्याप्त सुरक्षा बलों की तैनाती और समुदाय-नेतृत्व वाले पहलों, सार्वजनिक आश्वासन अभियानों और कानून प्रवर्तन के साथ सहयोग के माध्यम से एक विश्वासपूर्ण और सुरक्षित वातावरण बनाना आवश्यक है।

**सकारात्मक मतदान केंद्र अनुभव:** मतदाताओं ने मतदान केंद्र कर्मचारियों और मतदान अनुभव में संतोष व्यक्त किया। यह चुनावी प्रबंधन की प्रभावशीलता का एक सकारात्मक संकेत है। एक प्रशिक्षित और सौम्य कर्मचारी मतदान प्रक्रिया में विश्वास बढ़ा सकता है। भविष्य के निर्वाचनों में सकारात्मक भागीदारी सुनिश्चित करने के लिए चुनावी कर्मचारियों की उच्च मानकों पर प्रशिक्षण, उचित संसाधन प्रदान करना और मतदान अनुभव को निरंतर सुधारना सुनिश्चित करना होगा।

**मतदान में बाधाएँ बनी रहती हैं:** लंबी कतारें और मतदान केंद्रों पर बुनियादी सुविधाओं की कमी की समस्याएँ बनी हुई हैं। मतदान केंद्रों पर लॉजिस्टिक समस्याएँ मतदाता संख्या में कमी का कारण बन सकती हैं। इन चुनौतियों को हल करके निर्वाचन अधिकारियों को मतदाता अनुभव सुधारने और मतदान प्रतिशत बढ़ाने का अवसर मिल सकता है। समाधान में मतदान अवधि बढ़ाना, भीड़भाड़ वाले क्षेत्रों में मतदान केंद्रों की संख्या बढ़ाना, या उच्च मतदान घनत्व वाले क्षेत्रों में मोबाइल/ चलंत (Mobile) मतदान इकाइयाँ पेश करना शामिल हो सकता है। इन उपायों से एक अधिक सहज प्रक्रिया सुनिश्चित होगी और मतदाताओं के बीच निराशा को रोका जा सकेगा।

## अध्याय - 5

### मतदाता जागरूकता और दृष्टिकोण (Attitude)

मतदान के महत्व के संबंध में मतदाताओं को जागरूक करना ताकि चुनाव में सही विकल्प का चुनाव किया जा सके, लोकतांत्रिक मूल्यों को बनाए रखने में मदद करता है। मतदाता जागरूकता लोकतांत्रिक प्रक्रिया के प्रति मतदाताओं के दृष्टिकोण को प्रभावित करने के लिए भी आवश्यक है, क्योंकि कम मतदान का प्रतिशत लोकतंत्र की गुणवत्ता पर गंभीर प्रभाव डालता है। भारत निर्वाचन आयोग मुख्य रूप से SVEEP (सिस्टेमैटिक वोटर एजुकेशन एंड इलेक्टोरल पार्टिसिपेशन) कार्यक्रम के माध्यम से मतदाता जागरूकता को बढ़ावा देता है। SVEEP एक व्यापक पहल है, जिसका उद्देश्य नागरिकों को निर्वाचन प्रक्रिया की जानकारी देना और उनकी जागरूकता व भागीदारी को बढ़ाना है। SVEEP का मुख्य उद्देश्य भारत में एक सहभागी लोकतंत्र को बढ़ावा देना है, ताकि सभी योग्य व्यक्ति मतदान करें और चुनावों में विवेकपूर्ण एवं सूचित निर्णय लें।

यह अध्याय राज्य में मतदाता जागरूकता और मतदाताओं की राय के स्तर को सर्वेक्षण डेटा के माध्यम से स्पष्ट करने का प्रयास करता है।

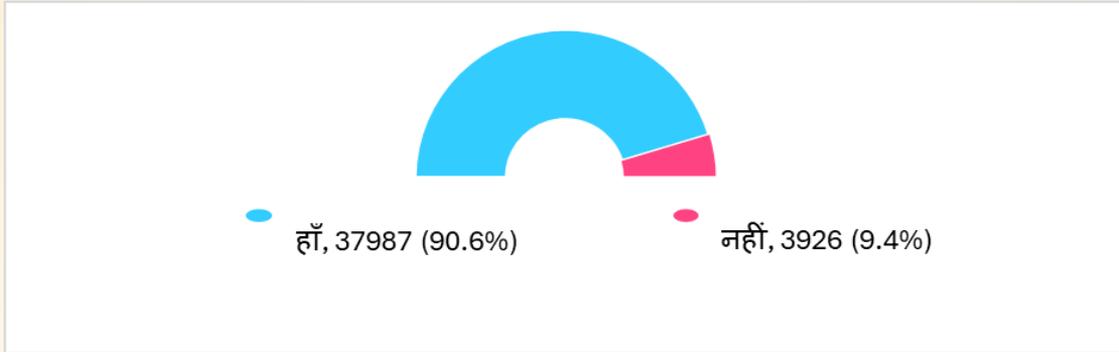
#### 5.1 प्रतिभागियों का अपने विधानसभा क्षेत्र के नाम की जानकारी

विधानसभा क्षेत्र के नाम की जानकारी मतदाता को उम्मीदवारों से संबंधित अतिरिक्त सूचना एवं उस विधान सभा क्षेत्र के लिए उन उम्मीदवारों की योजना एवं विजन की जानकारी प्राप्त करने में मदद करता है। इस सर्वेक्षण में 41913 व्यक्तियों में से 37987 (जो कि 90.6% हैं) को अपने विधानसभा क्षेत्र के नाम की जानकारी थी, जबकि 3926 (9.4%) व्यक्तियों को अपने विधानसभा क्षेत्र के नाम की जानकारी नहीं थी।

तालिका 5.1: प्रतिभागियों का अपने विधानसभा क्षेत्र के नाम के बारे में जागरूकता का आँकलन

उत्तर	अपने विधानसभा क्षेत्र के नाम से अवगत प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	37987	90.6
नहीं	3926	9.4
कुल	41913	100.0

चित्र 5.1: प्रतिभागियों का अपने विधानसभा क्षेत्र के नाम के बारे में जागरूकता का आँकलन



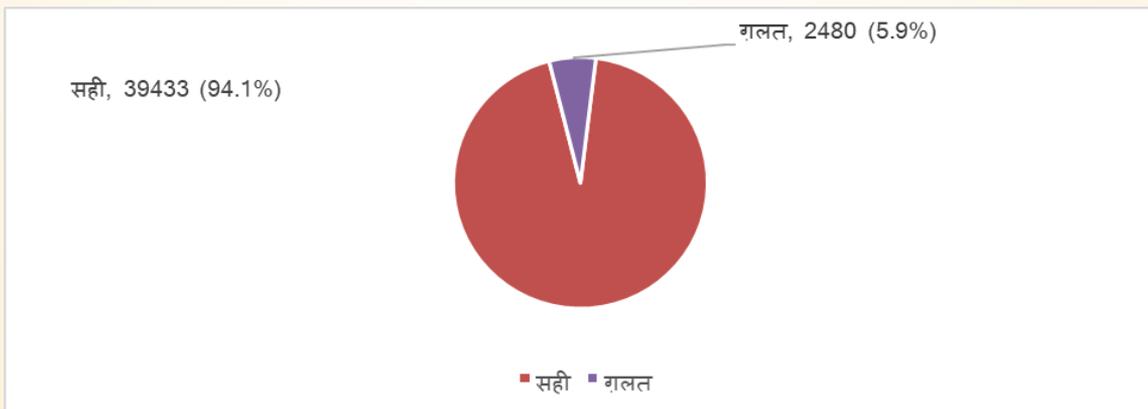
### 5.2 मतदाता पंजीकरण हेतु न्यूनतम आयु के प्रति जागरूकता

भारत में मतदाता के रूप में पंजीकरण के लिए न्यूनतम आयु 18 वर्ष है। पंजीकरण की न्यूनतम आयु के बारे में जागरूकता बढ़ाने से पंजीकृत मतदाताओं की संख्या बढ़ती है, जो मतदान प्रतिशत पर सकारात्मक प्रभाव डालती है। सर्वेक्षण में शामिल 41,913 प्रतिभागियों में से 39,433 (94.1%) को मतदाता पंजीकरण की न्यूनतम आयु के बारे में जानकारी थी, जबकि 2,480 (5.9%) ने स्वीकार किया कि वे इस बारे में अनजान थे।

तालिका 5.2: मतदाता बनने के लिए पंजीकरण की न्यूनतम आयु के बारे में जागरूकता

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
सही	39433	94.1
गलत	2480	5.9
कुल	41913	100.0

चित्र 5.2: मतदाता बनने के लिए पंजीकरण की न्यूनतम आयु के बारे में जागरूकता



### 5.3 पंजीकरण के लिए अर्हता तिथि की जागरूकता

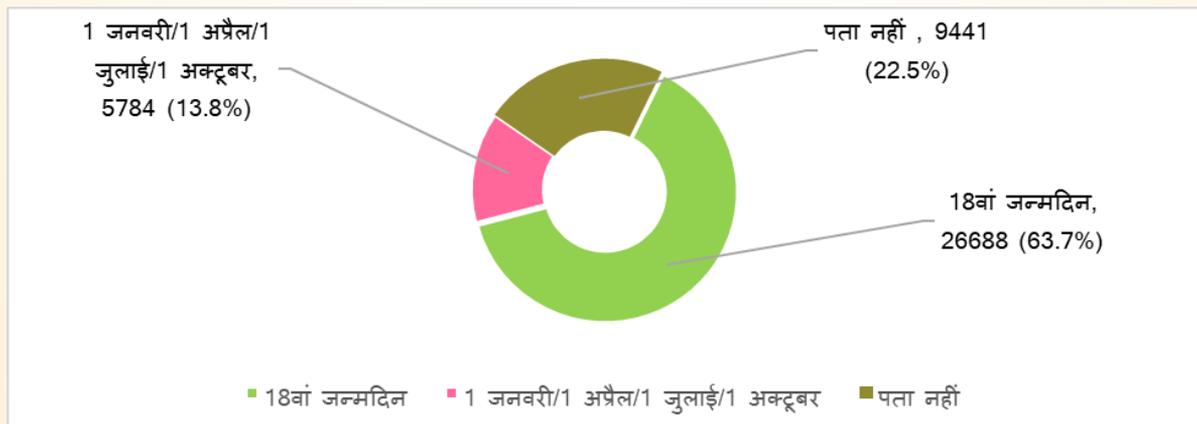
युवाओं को मतदान प्रक्रिया में भाग लेने के लिए प्रोत्साहित करने के उद्देश्य से, भारत निर्वाचन आयोग ने 17 वर्ष या उससे अधिक आयु के व्यक्तियों के लिए अग्रिम मतदाता पंजीकरण प्रणाली लागू की है। इसके तहत हर वर्ष चार विशिष्ट तिथियां—1 जनवरी, 1 अप्रैल, 1 जुलाई, और 1 अक्टूबर—पात्रता के लिए निर्धारित की गई हैं।

जब प्रतिभागियों से पूछा गया कि मतदाता सूची में पंजीकरण और मतदान के लिए पात्रता निर्धारित करने की तिथि कौन सी है, तो 41913 प्रतिभागियों में से 26688 (63.7%) ने अपनी 18वीं वर्षगांठ को पात्रता की आयु के रूप में स्वीकार किया। 5784 (13.8%) ने बताया कि मतदाता सूची में पंजीकरण या मतदान के लिए पात्रता की तिथि 1 जनवरी, 1 अप्रैल, 1 जुलाई, या 1 अक्टूबर में से कोई एक है, जबकि 9441 (22.5%) ने स्वीकार किया कि वे इस जानकारी से अनभिज्ञ हैं।

तालिका 5.3: पंजीकरण के लिए अर्हता तिथि के बारे में प्रतिभागियों की जागरूकता का आँकलन

उत्तर	अर्हक आयु निर्धारित करने की तारीख से अवगत प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
18वां जन्मदिन	26688	63.7
1 जनवरी/1 अप्रैल/1 जुलाई/1 अक्टूबर	5784	13.8
पता नहीं	9441	22.5
कुल	41913	100.0

चित्र 5.3: पंजीकरण के लिए अर्हता तिथि के बारे में प्रतिभागियों की जागरूकता का आँकलन



## 5.4 विशेष संक्षिप्त पुनरीक्षण के प्रति जागरूकता

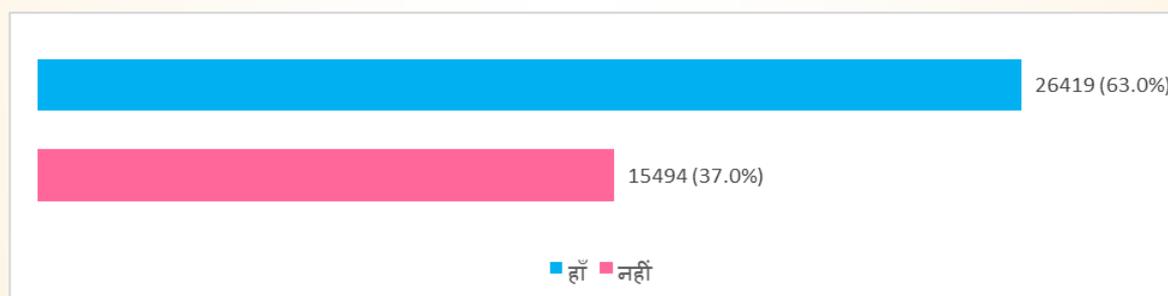
प्रत्येक वर्ष विशेष संक्षिप्त पुनरीक्षण कार्यक्रम के तहत निर्वाचक नामावली में पंजीकरण बढ़ाने, नामावली में व्यापक त्रुटियों को शुद्ध करने, लिंगानुपात एवं निर्वाचक जनसंख्या अनुपात में सुधार हेतु गृह सत्यापन कार्य एवं विशेष अभियान आयोजित किया जाता है। इस दौरान विशेष कार्यक्रम और शिविर आयोजित किये जाते हैं, ताकि मतदाताओं और भावी मतदाताओं को पंजीकरण कराने/त्रुटियों को सुधारने/विलोपन इत्यादि कार्य को सुधारने में सहायता मिल सके।

सर्वेक्षण के अनुसार 41913 लोगों में से 26419 (63.0%) को हर साल आयोजित होने वाले विशेष संक्षिप्त पुनरीक्षण के बारे में जानकारी थी, जबकि 15494 (37.0%) ने स्वीकार किया कि वे इस प्रक्रिया से अनजान थे।

तालिका 5.4: विशेष संक्षिप्त पुनरीक्षण के बारे में प्रतिभागियों की जागरूकता का आँकलन

उत्तर	विशेष संक्षिप्त पुनरीक्षण से अवगत प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	26419	63.0
नहीं	15494	37.0
कुल	41913	100.0

चित्र 5.4: विशेष संक्षिप्त पुनरीक्षण के बारे में प्रतिभागियों की जागरूकता का आँकलन



## 5.5 मतदाता दिवस के प्रति जागरूकता

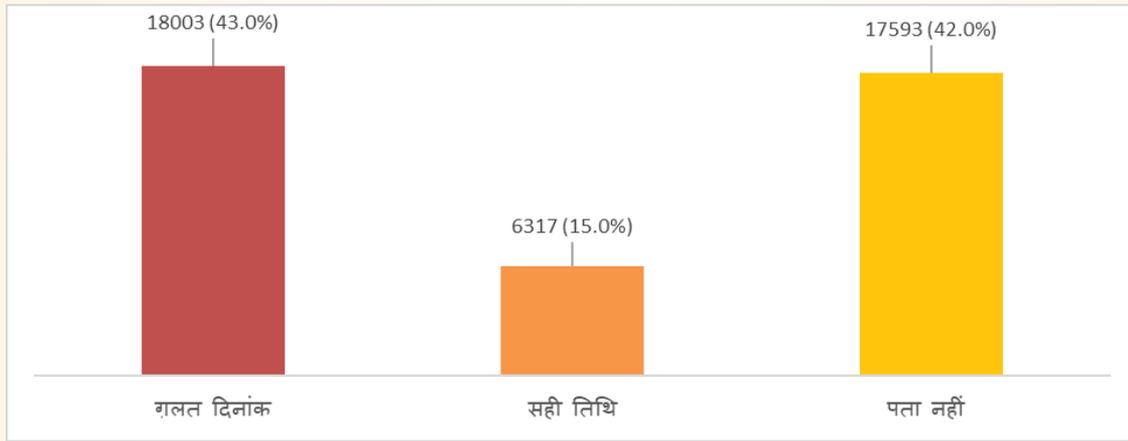
प्रत्येक वर्ष 25 जनवरी राष्ट्रीय मतदाता दिवस के रूप में मनाया जाता है, जो भारत निर्वाचन आयोग के स्थापना दिवस का स्मरण कराता है। इसका उद्देश्य युवाओं और भावी मतदाताओं का पंजीकरण, मतदान और पूरी निर्वाचन प्रक्रिया में सक्रिय रूप से भाग लेने के लिए प्रेरित करना है।

जब प्रतिभागियों से राष्ट्रीय मतदाता दिवस की तारीख के बारे में पूछा गया, तो 43% ने गलत उत्तर दिए, 15.0% ने सही उत्तर दिया, और 42% ने स्वीकार किया कि वे इस तारीख के बारे में नहीं जानते।

तालिका 5.5: मतदाता दिवस के बारे में प्रतिभागियों की जागरूकता का आँकलन

उत्तर	राष्ट्रीय मतदाता दिवस समारोह की तारीख से अवगत प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
गलत दिनांक	18003	43.0
सही तिथि	6317	15.0
पता नहीं	17593	42.0
<b>कुल</b>	<b>41913</b>	<b>100.0</b>

चित्र 5.5: मतदाता दिवस के बारे में प्रतिभागियों की जागरूकता का आँकलन



### 5.6 (क) NOTA विकल्प के प्रति जागरूकता

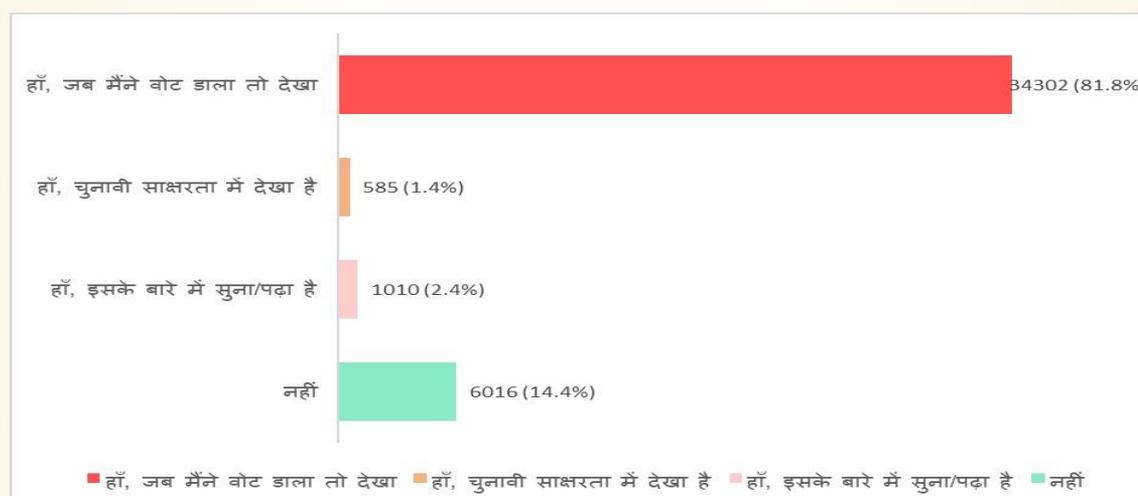
भारत निर्वाचन आयोग द्वारा 2013 में NOTA (उपरोक्त में से कोई नहीं) उपलब्ध कराया गया जिससे मतदाता अपनी पसंद के अनुरूप उम्मीदवार नहीं होने की स्थिति में बटन दबाकर अपना विरोध दर्ज कर सकते हैं। वे उन सभी उम्मीदवारों को अस्वीकार कर सकते हैं, जो उनकी पसंद के अनुरूप नहीं हैं। इसका उद्देश्य मतदाताओं की उदासीनता को कम करना और मतदान दर (VTR) में सुधार करना है।

जब प्रतिभागियों से पूछा गया कि क्या वे इलेक्ट्रॉनिक वोटिंग मशीन (EVM) में मौजूद उस विकल्प के बारे में जानते हैं, जो सभी उम्मीदवारों को अस्वीकार करने की अनुमति देता है, तो 41913 व्यक्तियों में से 34302 (81.8%) ने बताया कि उन्होंने इसे मतदान करते समय देखा है, 585 (1.4%) ने कहा कि उन्होंने इसे निर्वाचन साक्षरता कार्यक्रमों में देखा, 1010 (2.4%) ने दावा किया कि उन्होंने इसके बारे में पढ़ा या सुना है, 6016 (14.4%) ने कहा कि उन्हें इसके बारे में जानकारी नहीं है।

तालिका 5.6 (क): नोटा विकल्प के बारे में प्रतिभागियों की जागरूकता का आँकलन

उत्तर	नोटा के बारे में जागरूक प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ, जब मैंने वोट डाला तो देखा	34302	81.8
हाँ, चुनावी साक्षरता में देखा है	585	1.4
हाँ, इसके बारे में सुना/पढ़ा है	1010	2.4
नहीं	6016	14.4
कुल	41913	100.0

चित्र 5.6 (क): नोटा विकल्प के बारे में प्रतिभागियों की जागरूकता का आँकलन



### 5.6 (ख) ईवीएम पर ब्रेल में उम्मीदवारों की जानकारी की उपलब्धता के बारे में प्रतिभागियों की जागरूकता का आँकलन

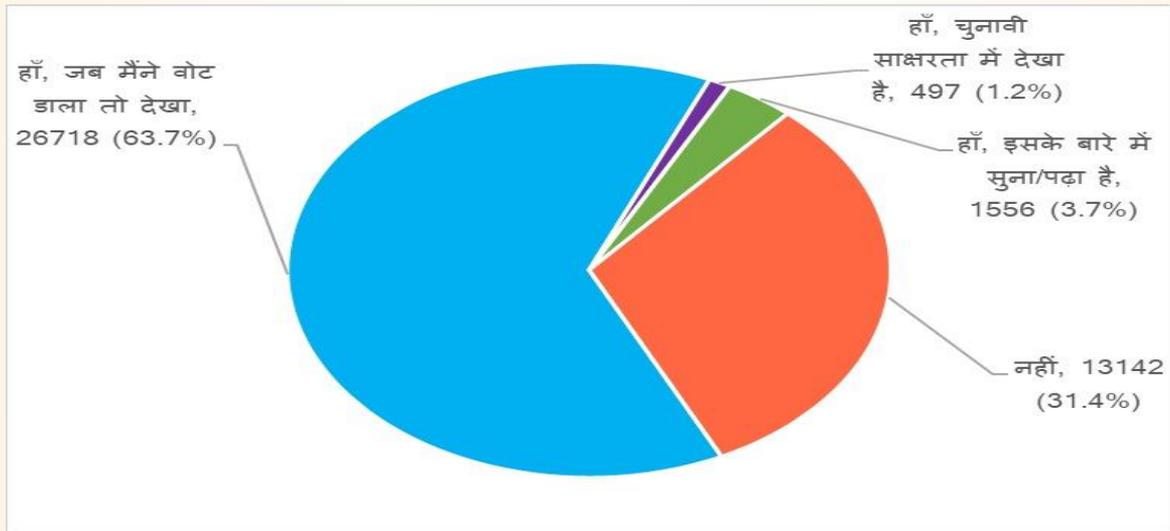
2009 से भारत निर्वाचन आयोग ने दृष्टिहीन मतदाताओं की सुविधा के लिए उम्मीदवारों राजनैतिक दलों के विवरण की जानकारी ब्रेल लिपि में उपलब्ध कराने की शुरुआत की। यह कदम चुनाव प्रक्रिया को सभी के लिए समावेशी बनाने और कमजोर वर्गों की मदद करने के लिए उठाया गया।

सर्वेक्षण के अनुसार, 41913 लोगों में से 26718 (63.7%) ने कहा कि उन्होंने मतदान करते समय ईवीएम पर ब्रेल में उम्मीदवारों की क्रम संख्या देखी। 497 (1.2%) ने इसे निर्वाचन साक्षरता कार्यक्रमों के जरिए जाना। 1556 (3.7%) ने बताया कि उन्होंने इसके बारे में पढ़ा या सुना था, जबकि 13142 (31.4%) लोगों को इस बारे में कोई जानकारी नहीं थी।

तालिका 5.6 (ख): ईवीएम पर ब्रेल में उम्मीदवारों की जानकारी की उपलब्धता के बारे में प्रतिभागियों की जागरूकता का आँकलन

उत्तर	ईवीएम पर ब्रेल लिपि से परिचित प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ, जब मैंने बोट डाला तो देखा	26718	63.7
हाँ, चुनावी साक्षरता में देखा है	497	1.2
हाँ, इसके बारे में सुना/पढ़ा है	1556	3.7
नहीं	13142	31.4
कुल	41913	100.0

चित्र 5.6 (ख): ईवीएम पर ब्रेल में उम्मीदवारों की जानकारी की उपलब्धता के बारे में प्रतिभागियों की जागरूकता का आँकलन



### 5.6 (ग) वोटर वेरिफिएबल पेपर ऑडिट ट्रेल (VVPAT) की जानकारी

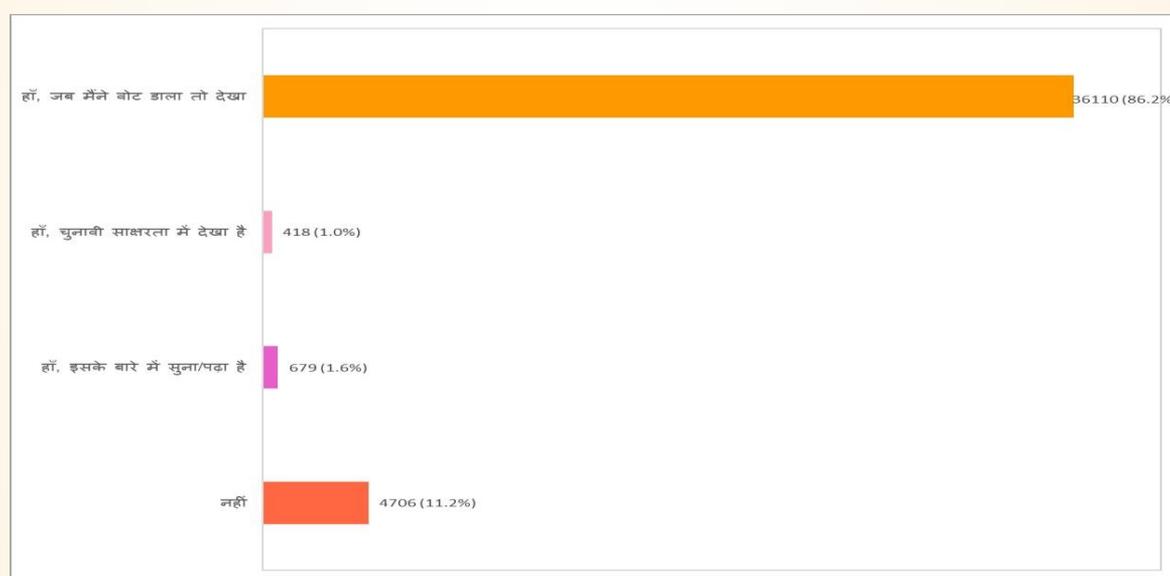
भारत निर्वाचन आयोग ने मतदान प्रक्रिया में निष्पक्षता और पारदर्शिता बढ़ाने के लिए वोटर वेरिफिएबल पेपर ऑडिट ट्रेल (VVPAT) प्रणाली शुरू की। इसका उद्देश्य ईवीएम में गड़बड़ी की शंकाओं को दूर करना है।

सर्वेक्षण के अनुसार, 41913 लोगों में से 36110 (86.2%) ने बताया कि उन्होंने मतदान करते समय VVPAT देखा है। केवल 418 (1%) लोगों ने कहा कि उन्होंने इसे निर्वाचन साक्षरता सत्रों के दौरान देखा। 679 (1.6%) ने बताया कि उन्होंने इसके बारे में पढ़ा या सुना है। वहीं, 4706

**तालिका 5.6 (ग): वोटर वेरिफिएबल पेपर ऑडिट ट्रेल (वीवीपीएटी) के बारे में प्रतिभागियों की जागरूकता का आँकलन**

उत्तर	वीवीपैट के बारे में जागरूक प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ, जब मैंने वोट डाला तो देखा	36110	86.2
हाँ, चुनावी साक्षरता में देखा है	418	1.0
हाँ, इसके बारे में सुना/पढ़ा है	679	1.6
नहीं	4706	11.2
<b>कुल</b>	<b>41913</b>	<b>100.0</b>

**चित्र 5.6 (ग): वोटर वेरिफिएबल पेपर ऑडिट ट्रेल (वीवीपीएटी) के बारे में प्रतिभागियों की जागरूकता का आँकलन**



### 5.7 मतदाता पोर्टल या अन्य चुनाव संबंधित वेबसाइट की जानकारी

भारत निर्वाचन आयोग ने मतदाता शिक्षा और निर्वाचन संबंधी सेवाओं को प्रभावी, समावेशी और सुरक्षित रूप से प्रदान करने के लिए कई डिजिटल पहलें शुरू की हैं।

सर्वेक्षण के अनुसार, 41913 लोगों में से 22670 (54.1%) ने बताया कि उन्होंने मतदाता पोर्टल या अन्य चुनाव संबंधित वेबसाइट का उपयोग किया है। 11350 (27.1%) ने कहा कि उन्होंने कभी भी मतदाता पोर्टल या अन्य चुनाव संबंधित वेबसाइट का उपयोग नहीं किया। वहीं, 7893 (18.8%) ने बताया कि उन्हें इसके बारे में कोई जानकारी नहीं है।

**तालिका 5.7: मतदाता वेबसाइट/पोर्टल या किसी अन्य चुनाव-संबंधी वेबसाइट के बारे संबंध में प्रतिभागियों की जागरूकता का आँकलन**

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या जिन्होंने मतदाता वेबसाइट पोर्टल या किसी अन्य चुनाव संबंधी वेबसाइट तक पहुँच बनाई है	प्रतिशत
हाँ	22670	54.1
नहीं	11350	27.1
पता नहीं	7893	18.8
<b>कुल</b>	<b>41913</b>	<b>100.0</b>

**चित्र 5.7: मतदाता वेबसाइट/पोर्टल या किसी अन्य चुनाव-संबंधी वेबसाइट के बारे में प्रतिभागियों की जागरूकता का आँकलन**



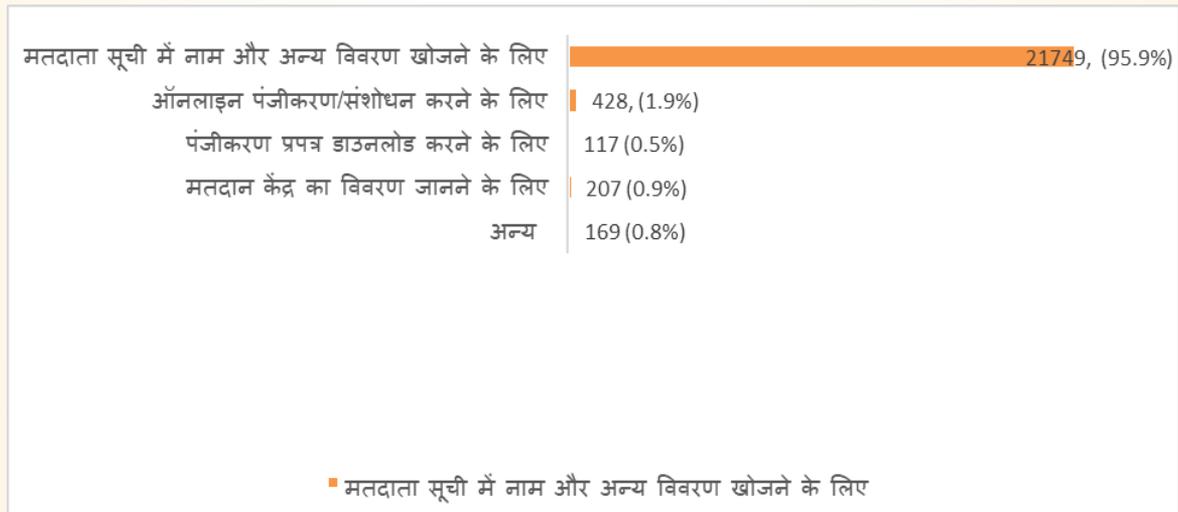
**5.8 वेबसाइट/पोर्टल तक पहुँचने के लिए प्रतिभागियों के उद्देश्य का आँकलन**

पिछले प्रश्न के क्रम में, प्रतिभागियों से यह सवाल किया गया कि उन्होंने वेबसाइट/पोर्टल का उपयोग किस उद्देश्य के लिए किया। कुल 22670 व्यक्ति जिन्होंने मतदाता पोर्टल या अन्य चुनाव संबंधित वेबसाइट का उपयोग किया में से 21749 (95.9%) ने वेबसाइट्स का उपयोग अपनी नाम और अन्य विवरणों की जांच करने के लिए किया। 428 (1.9%) ने पंजीकरण या सुधार के लिए पोर्टल का उपयोग किया। केवल 117 (0.5%) ने पंजीकरण फॉर्म डाउनलोड करने के लिए पोर्टल का उपयोग किया। वहीं, 207 (0.9%) ने मतदान केंद्र के बारे में विस्तृत जानकारी प्राप्त करने के लिए वेबसाइट्स का दौरा किया। इसके अतिरिक्त, 169 (0.7%) व्यक्तियों ने अन्य कारणों से पोर्टल का उपयोग किया।

तालिका 5.8: वेबसाइट/पोर्टल तक पहुँचने के लिए प्रतिभागियों के उद्देश्य का आँकलन

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या जिन्होंने मतदाता वेबसाइट पोर्टल या किसी अन्य चुनाव संबंधी वेबसाइट तक पहुँच बनाई है	प्रतिशत
मतदाता सूची में नाम और अन्य विवरण खोजने के लिए	21749	95.9
ऑनलाइन पंजीकरण/संशोधन करने के लिए	428	1.9
पंजीकरण प्रपत्र डाउनलोड करने के लिए	117	0.5
मतदान केंद्र का विवरण जानने के लिए	207	0.9
अन्य	169	0.8
<b>कुल</b>	<b>22670</b>	<b>100.0</b>

चित्र 5.8: वेबसाइट/पोर्टल तक पहुँचने के लिए प्रतिभागियों के उद्देश्य का आँकलन



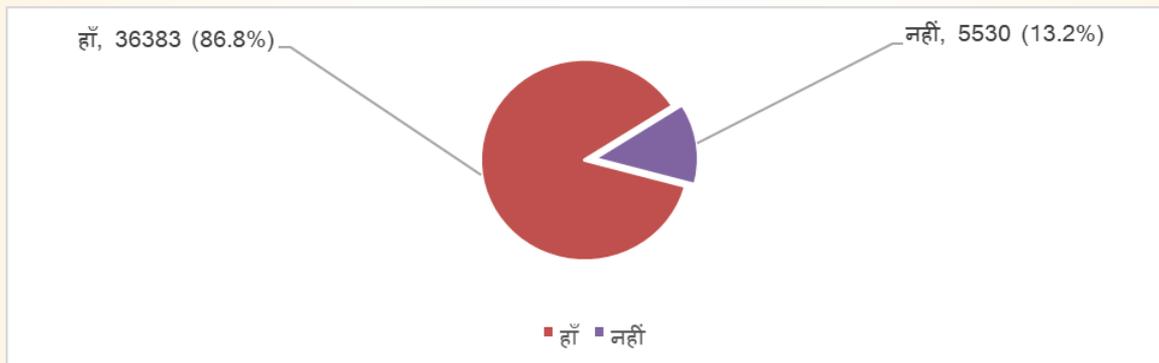
### 5.9 मतदान करने के लिए अद्यतन मतदाता सूची में नाम होने की अनिवार्यता की जानकारी का आँकलन

मतदाता केवल तभी मतदान कर सकते हैं जब उनका नाम अद्यतन मतदाता सूची में शामिल हो। मात्र EPIC (इलेक्ट्रॉनिक फोटो पहचान पत्र) रखना मतदान का अधिकार नहीं देता। सर्वेक्षण में यह जानकारी प्राप्त करने के लिए प्रतिभागियों से प्रश्न किये गए। 41913 प्रतिभागियों में से 36383 (86.8%) ने स्वीकार किया कि वे जानते थे कि केवल EPIC होने से मतदान का अधिकार नहीं मिलता, जब तक कि मतदाता का नाम अद्यतन मतदाता सूची में शामिल न हो जबकि 5530 (13.2%) लोग इस बारे में अनजान थे।

तालिका 5.9: मतदान के लिए अनिवार्य शर्त के रूप में अद्यतन मतदाता सूची में नाम शामिल होने के बारे में प्रतिभागियों की जागरूकता का आँकलन

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या जो इस बात से अवगत है कि केवल EPIC होने से वोट देने का अधिकार नहीं मिलता जब तक कि आपका नाम अद्यतन मतदाता सूची में शामिल न हो।	प्रतिशत
हाँ	36383	86.8
नहीं	5530	13.2
कुल	41913	100.0

चित्र 5.9: मतदान के लिए अनिवार्य शर्त के रूप में नवीनतम मतदाता सूची में नाम शामिल होने के बारे में प्रतिभागियों की जागरूकता का आँकलन



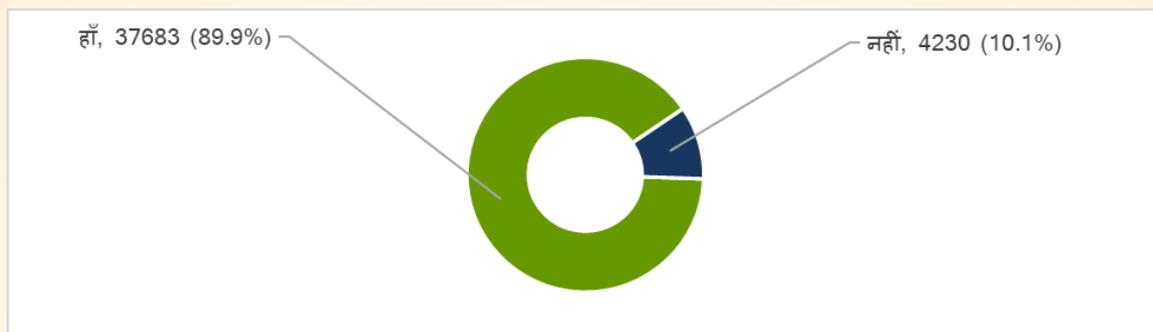
#### 5.10 एक से अधिक स्थानों पर EPIC रखना अपराध के रूप में समझना

सर्वेक्षण के दौरान, 41913 प्रतिभागियों में से 89.9% ने यह स्वीकार किया कि किसी व्यक्ति का नाम एक से अधिक स्थानों पर पंजीकरण करना अपराध है, जबकि 10.1% (4230 लोग) ने स्वीकार किया कि वे इस बारे में अनजान थे।

तालिका 5.10: एक से अधिक स्थानों पर EPIC रखने को अपराध मानने के बारे में प्रतिभागियों की जागरूकता का आँकलन

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या जो यह जानते हैं कि एक से अधिक स्थानों के लिए EPIC रखना अपराध है	प्रतिशत
हाँ	37683	89.9
नहीं	4230	10.1
कुल	41913	100.0

चित्र 5.10: एक से अधिक स्थानों पर EPIC रखने को अपराध मानने के बारे में प्रतिभागियों की जागरूकता का आँकलन



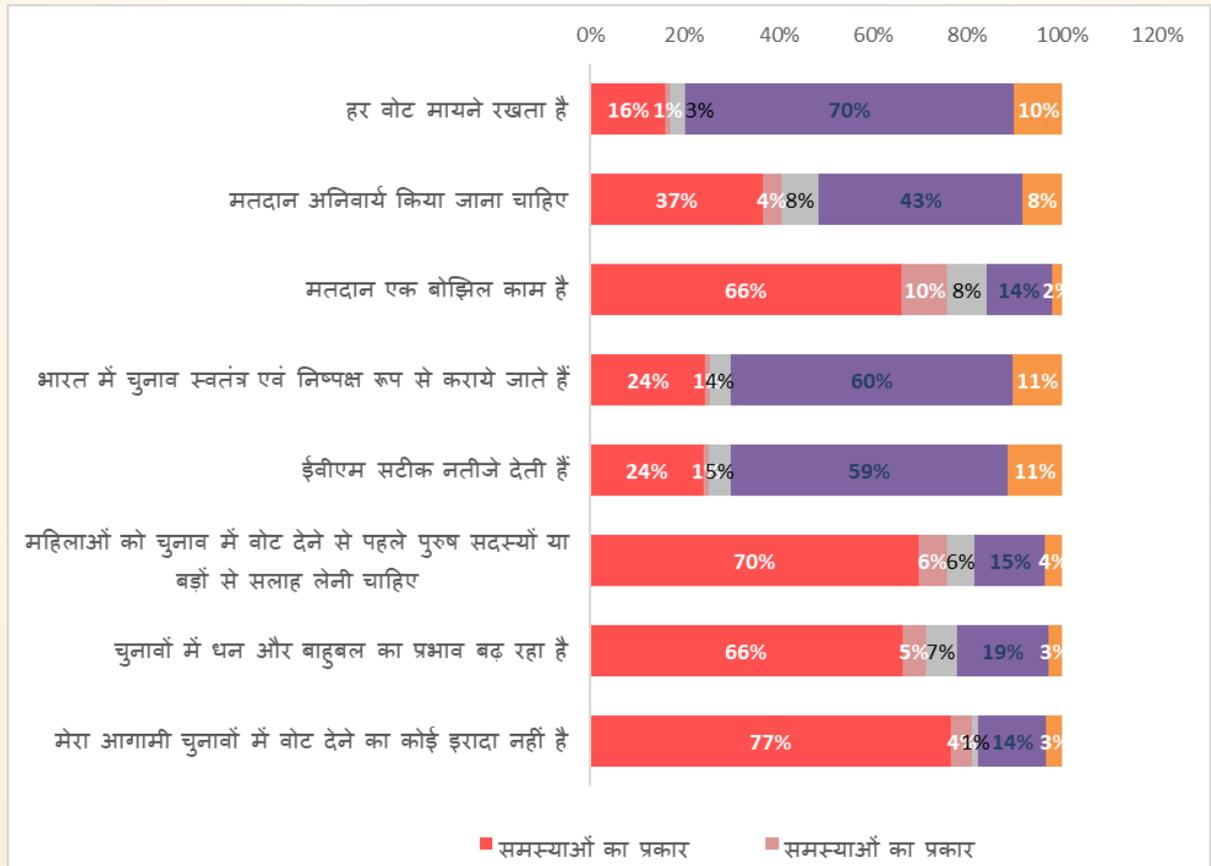
### 5.11 प्रतिभागियों की राय

तालिका और ग्राफ में प्रस्तुत आंकड़े से यह स्पष्ट होता है कि 80% प्रतिभागियों ने प्रत्येक वोट के महत्व को समर्थन दिया, 3% का दृष्टिकोण तटस्थ था और 17% ने असहमतिपूर्ण रुख अपनाया। मतदान को अनिवार्य बनाने के बारे में, 51% प्रतिभागियों ने इसका समर्थन किया, जबकि 41% इसके विरुद्ध थे और 8% ने तटस्थ रुख अपनाया। भारतीय चुनावों की निष्पक्षता के बारे में सवाल किए जाने पर, 71% प्रतिभागियों का मानना था कि चुनावी प्रक्रियाएं स्वतंत्र और निष्पक्ष हैं, जबकि 25% ने असहमति व्यक्त की। इलेक्ट्रॉनिक वोटिंग मशीनों (EVMs) की विश्वसनीयता के बारे में, 70% प्रतिभागियों ने उनके परिणामों की सटीकता पर विश्वास जताया। महिला मतदाताओं द्वारा उम्मीदवार के चयन के लिए पुरुषों से सलाह लेने के बारे में, 67% ने असहमतिपूर्ण राय दी, जबकि 28% ने विपरीत विचार व्यक्त किए। मतदान के सुविधाजनक अनुभव के बारे में, 76% ने इसे कठिन नहीं माना, जबकि 16% का मानना था कि यह कठिन है। 22% प्रतिभागियों ने माना कि चुनावों में धन और बाहुबल का प्रभाव बढ़ रहा है, जबकि 71% ने इस पर असहमति जताई। अंत में, 81% प्रतिभागियों ने आगामी चुनाव में मतदान करने की अपनी मंशा व्यक्त की, जबकि 17% ने भाग न लेने का मंतव्य व्यक्त किया।

तालिका 5.11: प्रतिभागियों की राय

समस्याओं का प्रकार	दृढ़ असहमति	असहमति	तटस्थ	सहमति	दृढ़ सहमति
हर वोट मायने रखता है	16%	1%	3%	70%	10%
मतदान अनिवार्य किया जाना चाहिए	37%	4%	8%	43%	8%
मतदान एक बोझिल काम है	66%	10%	8%	14%	2%
भारत में चुनाव स्वतंत्र एवं निष्पक्ष रूप से कराये जाते हैं	24%	1%	4%	60%	11%
ईवीएम सटीक नतीजे देती हैं	24%	1%	5%	59%	11%
महिलाओं को चुनाव में वोट देने से पहले पुरुष सदस्यों या बड़ों से सलाह लेनी चाहिए	70%	6%	6%	15%	4%
चुनावों में धन और बाहुबल का प्रभाव बढ़ रहा है	66%	5%	7%	19%	3%
मेरा आगामी चुनावों में वोट देने का कोई इरादा नहीं है	77%	4%	1%	14%	3%

चित्र 5.11: प्रतिभागियों की राय



## अवलोकन एवं निष्कर्ष

### विधानसभा क्षेत्र के बारे में जागरूकता: एक सकारात्मक संकेत

90.6% प्रतिभागी अपने विधानसभा क्षेत्र के बारे में जानते हैं, जो यह दर्शाता है कि मतदाता अच्छी तरह से सूचित हैं। विधानसभा क्षेत्र के बारे में उच्च जागरूकता लोकतांत्रिक भागीदारी को बढ़ावा देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। जिन मतदाताओं को अपनी स्थानीय राजनीतिक स्थिति का ज्ञान होता है, वे निर्वाचन प्रक्रियाओं में अधिक भाग लेते हैं, स्थानीय उम्मीदवारों को जानने का प्रयास करते हैं और राजनैतिक धारणाओं के बारे में विचारशील होते हैं। यह ज्ञान सीधे तौर पर मतदान प्रतिशत बढ़ाने में योगदान करता है, जिससे नागरिकों को उनके हितों और आवश्यकताओं के अनुसार उम्मीदवार का चुनाव करने में मदद मिलती है। उच्च जागरूकता स्तर यह संकेत देता है कि मतदाताओं को उनके विधानसभा क्षेत्र के बारे में जानकारी उपलब्ध करने के प्रयास अधिकतर सफल रहे हैं, लेकिन निरंतर मतदान जागरूकता अभियानों के माध्यम से शेष 9.4% तक भी पहुँचना आवश्यक है।

### न्यूनतम मतदान आयु के बारे में व्यापक समझ

न्यूनतम मतदान आयु के बारे में 94.1% जागरूकता यह दर्शाती है कि मतदान जागरूकता कार्यक्रम, विशेषकर भारत निर्वाचन आयोग का SVEEP (Systematic Voter Education and Electoral Participation) अभियान प्रभावी है। यह एक सकारात्मक संकेत है, खासकर युवा मतदाता पंजीकरण बढ़ाने के लिए, क्योंकि न्यूनतम आयु की समझ 18-19 साल के युवाओं के पंजीकरण और मतदान के लिए प्रोत्साहित करने हेतु नितान्त आवश्यक है। इस स्तर की जागरूकता पहली बार वोट देने वालों की सहभागिता के लिए नींव रखती है। इससे यह भी इंगित होता है कि युवा समूहों तक जागरूकता अभियान सफलतापूर्वक पहुँच रहे हैं।

### अर्हता तिथि के बारे में जागरूकता की चुनौतियाँ

हालाँकि पंजीकरण प्रक्रिया को सुलभ बनाने के प्रयास किए गए हैं, परंतु मात्र 13.8% प्रतिभागी ही पंजीकरण के लिए अर्हता तिथियों के बारे में जानते हैं। यह नए और युवा मतदाताओं के लिए समय पर पंजीकरण सुनिश्चित करने में एक बड़ी चुनौती है। इन तिथियों से संबंधित जानकारी के अभाव के कारण योग्य मतदाता चुनाव में भाग नहीं ले पाते, क्योंकि वे महत्वपूर्ण पंजीकरण तिथियों पर पंजीकृत होने से वंचित रह जाते हैं। इसे सुधारने के लिए लक्षित जागरूकता रणनीतियाँ अपनाई जानी चाहिए, जैसे एसएमएस अलर्ट, सोशल मीडिया अभियान और सामुदायिक एवं सार्वजनिक घोषणाएँ, विशेषकर उन क्षेत्रों में जहाँ पंजीकरण दरें कम हैं।

### विशेष संक्षिप्त पुनरीक्षण के बारे में जानकारी

63% प्रतिभागी हर साल किए जाने वाले विशेष संक्षिप्त पुनरीक्षण के बारे में जानते हैं, जो यह दर्शाता है कि मतदाता सूची को अद्यतन रखने के लिए जागरूकता है। हालाँकि, बाकी 37% जो

इस बारे में नहीं जानते, वे पंजीकरण या सुधार के अवसरों से वंचित रह सकते हैं। ये संशोधन यह सुनिश्चित करने के लिए महत्वपूर्ण हैं कि मतदाता सूची सटीक और समावेशी हो। इस जागरूकता अंतर को भरने से मतदाता बहिष्करण को रोका जा सकता है और वंचित समुदायों की भागीदारी को बढ़ावा मिल सकता है।

### **राष्ट्रीय मतदाता दिवस के बारे में सीमित जागरूकता**

केवल 15% प्रतिभागी राष्ट्रीय मतदाता दिवस की सही तिथि जानते थे, जबकि 42% पूरी तरह से इस बारे में अनजान थे। चूंकि यह दिन मुख्य रूप से मतदाताओं को मतदान के लिए प्रेरित करने के लिए है, परन्तु सर्वेक्षण में पाया गया न्यून जागरूकता स्तर यह दर्शाता है कि नागरिक भागीदारी को प्रेरित करने हेतु मनाये जाने वाले राष्ट्रीय मतदाता दिवस का उद्देश्य पूरी तरह से हासिल नहीं हुआ है। राष्ट्रीय मतदाता दिवस मतदान पंजीकरण और नागरिकों को उनके मतदान अधिकारों के बारे में शिक्षित करने का एक महत्वपूर्ण अवसर है। इस अवसर के बारे में जन जागरूकता बढ़ाने के लिए मीडिया अभियानों, स्कूल कार्यक्रमों और सामुदायिक आयोजनों के माध्यम से इसे बढ़ावा दिया जा सकता है, जिससे विशेष रूप से नए मतदाताओं और पारंपरिक रूप से कम सक्रिय नागरिकों को प्रोत्साहन मिल सकता है।

### **NOTA और अन्य मतदान नवाचारों के बारे में जागरूकता**

81.8% प्रतिभागी इलेक्ट्रॉनिक मतदान मशीनों (EVMs) पर "None of the Above" (NOTA) विकल्प को देख चुके थे, जो इस मतदान नवाचार के प्रति व्यापक परिचितता को दर्शाता है। हालांकि, केवल 1.4% ने इसे निर्वाचन साक्षरता कार्यक्रमों के माध्यम से जाना, जो यह संकेत करता है कि अधिकांश मतदाता NOTA के बारे में मतदान प्रक्रिया के दौरान ही जान पाते हैं। यह मतदान नवाचारों को मतदाता शिक्षा पहलों में बेहतर तरीके से शामिल करने की आवश्यकता को उजागर करता है। NOTA के उद्देश्य और इसके प्रभावों को समझाने के लिए कार्यशालाओं, मीडिया और स्कूल पाठ्यक्रमों के माध्यम से अधिक प्रयास किए जाने चाहिए।

## निर्वाचन संबंधित वेबसाइटों तक पहुँच

54.1% प्रतिभागी निर्वाचन संबंधित वेबसाइटों का उपयोग करते हैं, जो मतदान पंजीकरण, जानकारी और सुधारों के लिए डिजिटल उपकरणों का मध्यम उपयोग दर्शाता है। हालांकि, लगभग 46% प्रतिभागियों ने इन ऑनलाइन संसाधनों का उपयोग नहीं किया या इसके बारे में जानकारी नहीं थी। यह डिजिटल प्लेटफार्मों को अधिक प्रभावी ढंग से बढ़ावा देने का एक स्पष्ट अवसर प्रस्तुत करता है। चूंकि विशेष रूप से तकनीकी रूप से सक्षम युवा आबादी के लिए ऑनलाइन मतदान सेवाओं का महत्व बढ़ रहा है, अतः वेबसाइटों और ऐप्स का प्रचार बढ़ाने से अधिक नागरिक इन सुविधाजनक उपकरणों का उपयोग कर सकेंगे। इसके लिए ऑनलाइन अभियानों, डिजिटल मतदाता जागरूकता कार्यक्रमों और स्थानीय संगठनों के साथ साझेदारी की जा सकती है, जिससे इन संसाधनों का उपयोग बढ़ सके तथा निर्वाचन प्रक्रिया में सहभागिता को बढ़ाया जा सके।



फोटो: समस्तीपुर जिले में सर्वेक्षण करते एक चुनाव अधिकारी।

## अध्याय - 6

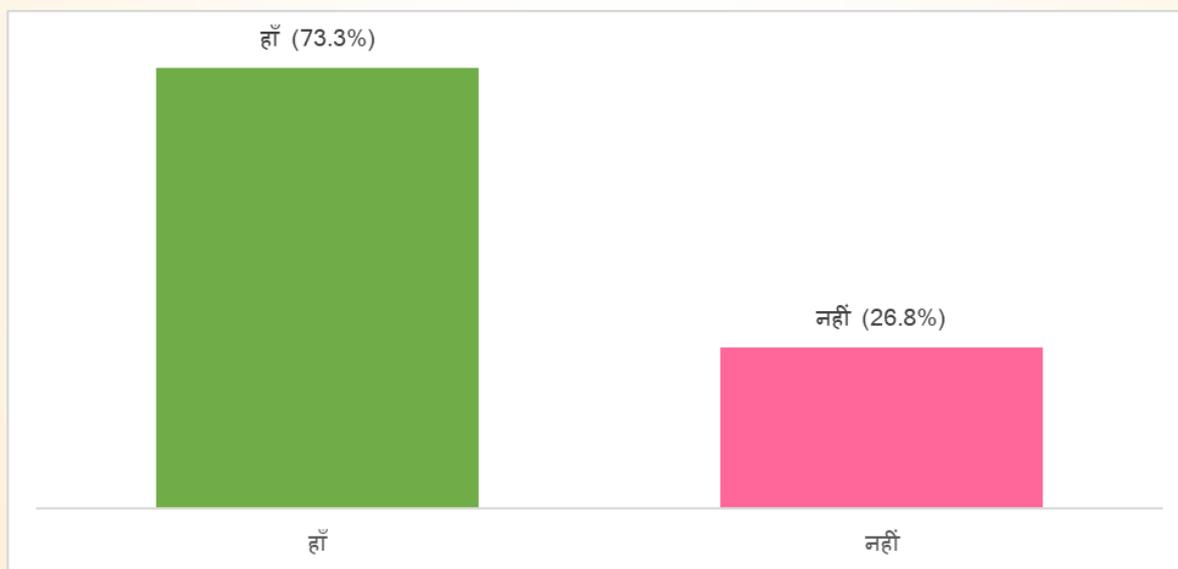
### चुनावों में दिव्यांग व्यक्तियों (PwDs) की भागीदारी

6.1 PwD व्यक्तियों की भागीदारी के उद्देश्य से प्रचार/मतदाता शिक्षा मनोरंजन सामग्री की पहुँच इस सवाल के संबंध में कि क्या प्रतिभागियों को दिव्यांग व्यक्तियों की भागीदारी बढ़ाने के उद्देश्य से मतदाता शिक्षा और मनोरंजन सामग्री पहुँच पायी, 205 व्यक्तियों में से 150 (73.2%) ने पुष्टि की कि उन्हें किसी न किसी रूप में मतदाता शिक्षा और मनोरंजन सामग्री देखी। इसकी तुलना में 55(26.8%) व्यक्तियों ने नकारात्मक उत्तर दिया।

तालिका 6.1: PwD व्यक्तियों की भागीदारी के उद्देश्य से प्रचार/मतदाता शिक्षा मनोरंजन सामग्री की पहुँच का आँकलन

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	150	73.2
नहीं	55	26.8
कुल	205	100

चित्र 6.1: PwD व्यक्तियों की भागीदारी के उद्देश्य से प्रचार/मतदाता शिक्षा मनोरंजन सामग्री की पहुँच का आँकलन



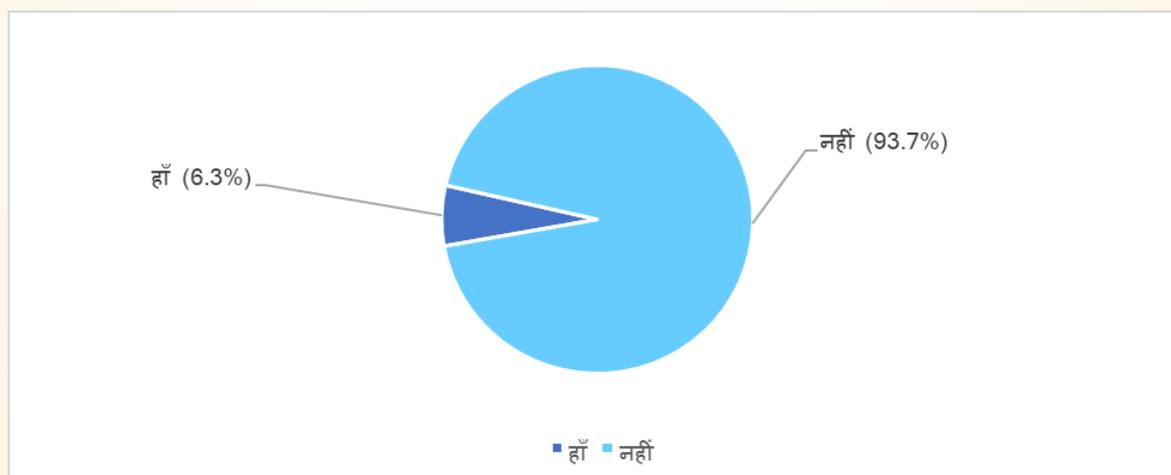
## 6.2 PwD मतदाताओं के साथ बूथ लेवल पदाधिकारियों का संपर्क

बूथ लेवल पदाधिकारी (बीएलओ) जमीनी स्तर पर भारत निर्वाचन आयोग के प्रतिनिधि के रूप में काम करते हैं। मतदाता सूची को अपडेट करने और अपने निर्धारित मतदान क्षेत्र के लिए सटीक फील्ड जानकारी उपलब्ध कराने में वे महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। सर्वेक्षण के निष्कर्षों के अनुसार 205 व्यक्तियों में से 192 (93.7%) से बीएलओ ने संपर्क नहीं किया, जबकि केवल 13 (6.3%) व्यक्तियों से बीएलओ ने संपर्क किया।

तालिका 6.2: PwD मतदाताओं के साथ बूथ लेवल पदाधिकारियों के संपर्क का आँकलन

उत्तर	अपने क्षेत्र के बीएलओ द्वारा संपर्क किए गए दिव्यांग प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	13	6.3
नहीं	192	93.7
कुल	205	100

चित्र 6.2: PwD मतदाताओं के साथ बूथ लेवल पदाधिकारियों के संपर्क का आँकलन



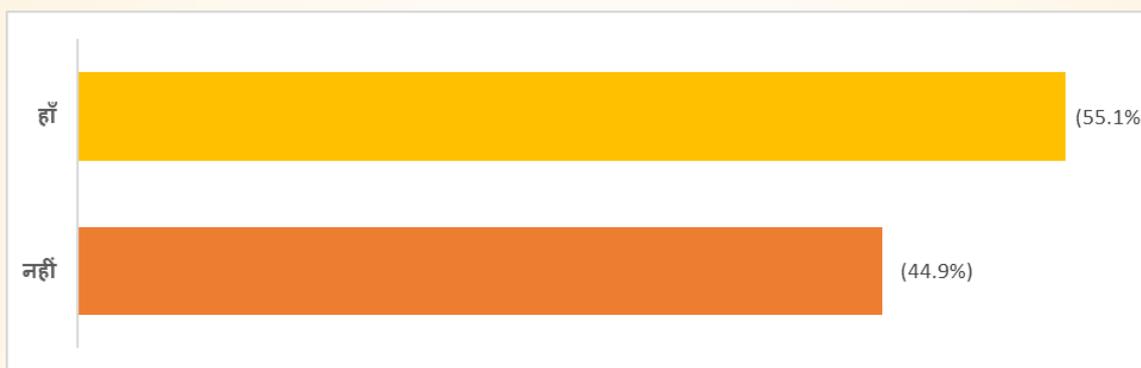
## 6.3 भारत निर्वाचन आयोग द्वारा विकसित विशेष मोबाइल एप्लीकेशन- सक्षम के बारे में PwD मतदाताओं की जागरूकता

सक्षम ऐप भारत निर्वाचन आयोग द्वारा PwD मतदाता पहचान और पंजीकरण को सुविधाजनक बनाने के लिए एक पहल है क्योंकि निर्वाचन प्रक्रियाएँ तेजी से डिजिटल होती जा रही हैं। सर्वेक्षण के 205 प्रतिभागियों में से 113 (55.1%) सक्षम ऐप के बारे में जानते थे, जबकि 92 (44.9%) अनभिज्ञ थे।

तालिका 6.3: सक्षम मोबाइल एप्लीकेशन के बारे में जागरूकता का आँकलन

उत्तर	भारत निर्वाचन आयोग द्वारा विकसित सक्षम ऐप के बारे में जागरूक दिव्यांग प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	113	55.1
नहीं	92	44.9
कुल	205	100

चित्र 6.3: सक्षम मोबाइल एप्लीकेशन के बारे में जागरूकता का आँकलन



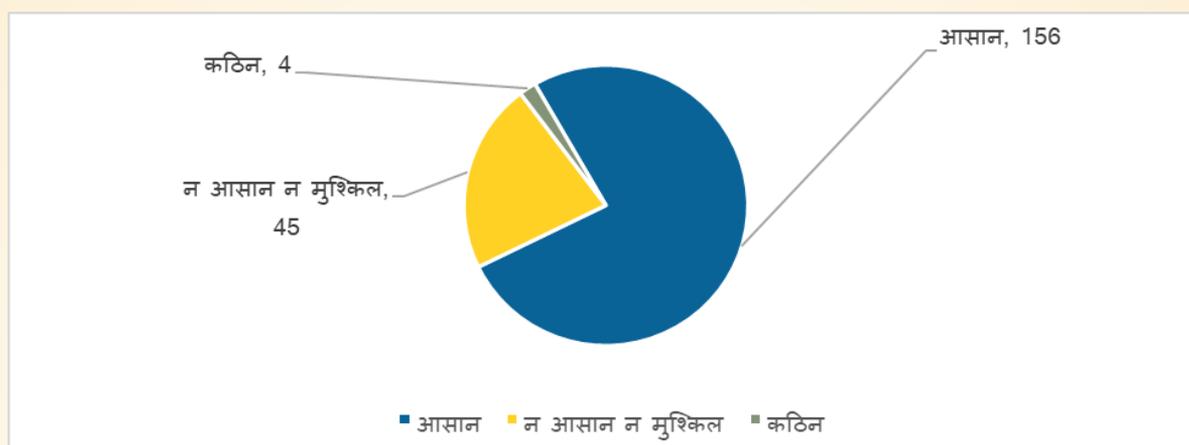
#### 6.4 पंजीकरण की प्रक्रिया के दौरान PwD व्यक्तियों का अनुभव

सर्वेक्षण के माध्यम से PwD प्रतिभागियों के पंजीकरण प्रक्रिया के अनुभव का मूल्यांकन किया गया जिसके अनुसार 205 प्रतिभागियों में से 76.1% ने पंजीकरण प्रक्रिया को आसान पाया, जबकि 22% ने इसे न तो आसान और न ही कठिन पाया। केवल 2% प्रतिभागियों ने इसे कठिन माना।

तालिका 6.4: पंजीकरण की प्रक्रिया के दौरान प्रतिभागियों के अनुभव का मूल्यांकन

उत्तर	पंजीकरण की प्रक्रिया को रेटिंग देने वाले दिव्यांग प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
आसान	156	76.1
न आसान न मुश्किल	45	22.0
कठिन	4	2.0
कुल	205	100

चित्र 6.4: पंजीकरण की प्रक्रिया के दौरान प्रतिभागियों के अनुभव का मूल्यांकन



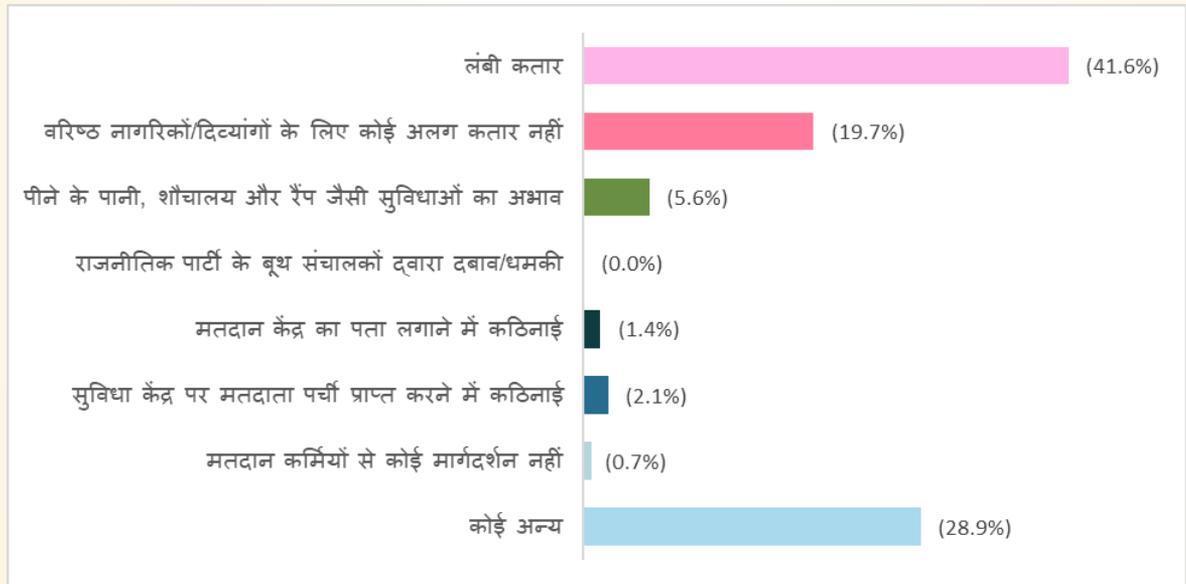
### 6.5 मतदान प्रक्रिया में आने वाली कठिनाइयों का आँकलन

यह सुनिश्चित करने के लिए कि चुनाव सभी के लिए सुलभ हों, भारत निर्वाचन आयोग ने PwD मतदाताओं की सहायता करने और मतदान प्रक्रिया को और अधिक सुलभ बनाने के लिए कई पहलों को लागू किया है। सर्वेक्षण में मतदान केंद्रों पर PwD मतदाताओं द्वारा सामना की जाने वाली विभिन्न चुनौतियों की जांच की गई। 205 प्रतिभागियों में से, 59 (41.5%) ने मतदान प्रक्रिया के दौरान मतदान केंद्र पर लंबी कतारों को एक चुनौती के रूप में बताया। इसके विपरीत, 28 (19.7%) व्यक्तियों ने वरिष्ठ नागरिकों और PwD मतदाताओं के लिए अलग-अलग कतारों की अनुपस्थिति को एक समस्या के रूप में पहचाना। 8 (5.6%) प्रतिभागियों ने पीने के पानी, शौचालय और रैंप जैसी सुविधाओं की कमी को एक समस्या के रूप में उद्धृत किया। 2 (1.4%) को मतदान केंद्र खोजने में कठिनाई हुई और 3 (2.1%) व्यक्तियों को सुविधा केंद्र पर मतदाता पर्ची प्राप्त करने में चुनौतियों का सामना करना पड़ा। एक प्रतिभागी को मतदान पदाधिकारियों से सहायता नहीं मिली और 41 (28.9%) लोगों ने अन्य कठिनाइयों का उल्लेख किया। किसी भी प्रतिभागी ने राजनीतिक पार्टी के पोलिंग एजेंटों से धमकाने या दबाव का अनुभव करने की सूचना नहीं दी।

## तालिका 6.5 मतदान की प्रक्रिया में आने वाली कठिनाइयों का आँकलन

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
लंबी कतार	59	41.6
वरिष्ठ नागरिकों/दिव्यांगों के लिए कोई अलग कतार नहीं	28	19.7
पीने के पानी, शौचालय और रैंप जैसी सुविधाओं का अभाव	8	5.6
राजनीतिक पार्टी के बूथ संचालकों द्वारा दबाव/धमकी	0	0.0
मतदान केंद्र का पता लगाने में कठिनाई	2	1.4
सुविधा केंद्र पर मतदाता पर्ची प्राप्त करने में कठिनाई	3	2.1
मतदान कर्मियों से कोई मार्गदर्शन नहीं	1	0.7
कोई अन्य	41	28.9
<b>कुल</b>	<b>142</b>	<b>100</b>

## चित्र 6.5 मतदान की प्रक्रिया में आने वाली कठिनाइयों का आँकलन



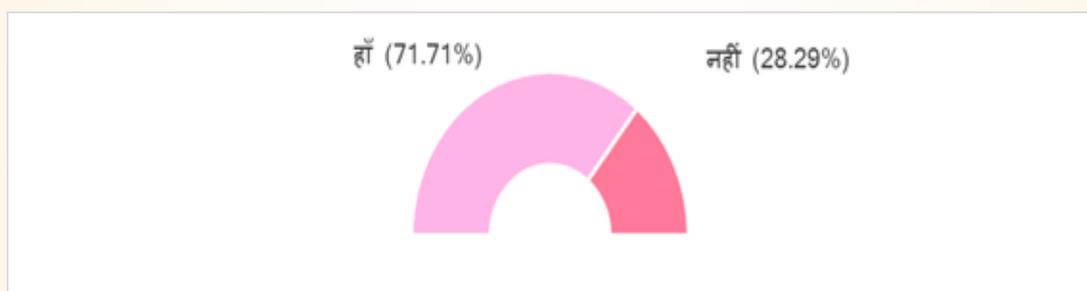
## 6.6 85 वर्ष से अधिक आयु के वरिष्ठ नागरिकों और बेंचमार्क PwD व्यक्तियों के लिए डाक मतपत्र सुविधा के बारे में जागरूकता

भारत निर्वाचन आयोग (ईसीआई) द्वारा 85 वर्ष से अधिक आयु के वरिष्ठ नागरिकों और बेंचमार्क PwD मतदाताओं को डाक मतपत्र उपलब्ध कराया जाता है। सर्वेक्षण के अनुसार, 205 प्रतिभागियों में से 147 (71.71%) ने 85 वर्ष से अधिक आयु के वरिष्ठ नागरिकों और PwD व्यक्तियों के लिए डाक मतपत्र की उपलब्धता के बारे में अपनी जानकारी की पुष्टि की। इसकी तुलना में, 58 प्रतिभागियों (28.29%) ने संकेत दिया कि वे इस विकल्प से अनभिज्ञ थे।

तालिका 6.6: 85 वर्ष से अधिक आयु के वरिष्ठ नागरिकों और बेंचमार्क PwD व्यक्तियों के लिए डाक मतपत्र सुविधा के बारे में जागरूकता

उत्तर	डाक मतपत्र सुविधा के बारे में जागरूक दिव्यांग प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	147	71.7
नहीं	58	28.3
कुल	205	100

चित्र 6.6: 85 वर्ष से अधिक आयु के वरिष्ठ नागरिकों और बेंचमार्क PwD व्यक्तियों के लिए डाक मतपत्र सुविधा के बारे में जागरूकता



#### अवलोकन और निष्कर्ष:

##### मतदाता शिक्षा सामग्री से परिचय

73.2% PwD प्रतिभागी चुनावों में उनकी भागीदारी बढ़ाने के लिए प्रयोग की जाने वाली मतदाता शिक्षा और जागरूकता सामग्री से परिचित हैं। यह एक महत्वपूर्ण आउटरीच सफलता को इंगित करता है। यह तथ्य कि **26.8%** दिव्यांग व्यक्तियों को ऐसी कोई सामग्री नहीं मिली है, अधिक लक्षित आउटरीच की आवश्यकता की ओर भी इंगित करता है। यह अंतर बताता है कि और प्रखर एवं सघन प्रयास, शायद विशेष चैनलों, स्थानीयकृत सामग्री या PwD -विशिष्ट प्लेटफार्मों के माध्यम से यह सुनिश्चित करना आवश्यक है कि कोई भी PwD व्यक्ति अपने मतदान के अधिकार और उपलब्ध संसाधनों से अनजान न रहे।

##### बूथ लेवल ऑफिसर्स (BLO) से संपर्क

बूथ लेवल ऑफिसर्स (BLO) को यह सुनिश्चित करना आवश्यक है कि मतदाताओं को जमीनी स्तर पर आवश्यक समर्थन और मार्गदर्शन मिले। सर्वेक्षण से पता चलता है कि 93.7% दिव्यांगों ने बीएलओ के साथ कोई बातचीत नहीं की, यह एक चिंताजनक आंकड़ा है। यह दर्शाता है कि

अधिकांश PwD मतदाताओं का प्रमुख चुनावी सहायता प्रणाली के साथ सीधा संपर्क नहीं है। बातचीत की यह कमी PwD को मतदान प्रक्रिया के बारे में महत्वपूर्ण जानकारी प्राप्त करने से रोक सकती है। बीएलओ और PwD के बीच जुड़ाव बढ़ाने से जागरूकता में सुधार हो सकता है, मतदाता पंजीकरण को आसान बनाया जा सकता है और यह सुनिश्चित किया जा सकता है कि दिव्यांगों को चुनावी प्रक्रिया में पूरी तरह से भाग लेने के लिए आवश्यक सभी सहायता मिले।

### **सक्षम ऐप के बारे में जागरूकता**

भारत निर्वाचनआयोग द्वारा PwD निर्वाचकों को मतदाता पंजीकरण में सहायता करने के लिए शुरू किया गया सक्षम ऐप दिव्यांगों के बीच जागरूकता के मध्यम स्तर तक पहुंच गया है। सर्वेक्षण से पता चलता है कि 55.1% प्रतिभागियों को ऐप के बारे में पता है, जो इसकी पहुंच का एक सकारात्मक संकेत है। हालांकि, शेष 44.9% प्रतिभागी अब तक इससे अनभिज्ञ हैं, वे इस डिजिटल टूल के प्रचार में पर्याप्त अंतर दिखाते हैं। चूंकि यह ऐप पंजीकरण प्रक्रिया को सरल बनाने और PwD निर्वाचकों को सुलभ चुनाव संबंधी जानकारी प्रदान करने में एक महत्वपूर्ण उपकरण है, इसलिए डिजिटल साक्षरता पहलों, सोशल मीडिया अभियानों और PwD संगठनों के साथ सहयोग के माध्यम से जागरूकता बढ़ाना और इसके लाभों को बढ़ावा देना इसकी उपयोगिता को बहुत बढ़ा सकता है।

### **पंजीकरण प्रक्रिया का अनुभव**

PwD प्रतिभागियों के एक महत्वपूर्ण बहुमत (76.1%) ने मतदाता पंजीकरण प्रक्रिया को आसान पाया, जो दिव्यांगजनों के लिए पंजीकरण को सुव्यवस्थित करने के प्रयासों की सफलता को दर्शाता है। यह एक आशाजनक परिणाम है, जो दर्शाता है कि पंजीकरण को अधिक सुलभ बनाने के लिए आयोग की पहल काफी हद तक काम कर रही है। हालांकि, 22% प्रतिभागियों ने कहा कि उन्हें यह प्रक्रिया न तो आसान लगी और न ही कठिन और 2% ने इसे चुनौतीपूर्ण पाया। यह छोटा सा हिस्सा इंगित करता है कि स्पष्ट मार्गदर्शन, प्रखर सहायता विकल्प, या विभिन्न प्रकार की दिव्यांगताओं के लिए व्यक्तिगत सहायता जैसे और सरलीकरण अभी भी आवश्यक हो सकते हैं ताकि यह सुनिश्चित किया जा सके कि सभी PwD निर्वाचक बिना किसी बाधा के पंजीकरण कर सकें।

### **मतदान में आने वाली कठिनाइयाँ**

PwD निर्वाचकों को मतदान प्रक्रिया के दौरान चुनौतियों के रूप में पहचाने गए सबसे महत्वपूर्ण मुद्दों में मतदान केंद्रों पर लंबी कतारें एवं PwD निर्वाचकों और वरिष्ठ नागरिकों के लिए अलग-अलग कतारों की कमी शामिल हैं। ये निष्कर्ष PwD निर्वाचकों और वरिष्ठ नागरिकों की विशिष्ट आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए मतदान केंद्रों पर बुनियादी ढांचे में सुधार की तत्काल आवश्यकता पर जोर देते हैं। प्राथमिकता कतारें प्रदान करना, सुलभ सुविधाओं की

उपलब्धता सुनिश्चित करना और PwD निर्वाचकों की सहायता के लिए कर्मचारियों के प्रशिक्षण को बढ़ाना इस जनसांख्यिकी के लिए मतदान के अनुभव को काफी बेहतर बना सकता है।

### डाक मतपत्र सुविधा के बारे में जागरूकता

PwD निर्वाचकों और 85 वर्ष से अधिक आयु के वरिष्ठ नागरिकों के लिए डाक मतपत्र सुविधा के बारे में जागरूकता अपेक्षाकृत अधिक (71.7%) है, जो मतदाताओं को वैकल्पिक मतदान विकल्पों के बारे में सूचित करने के प्रभावी प्रयास को दर्शाता है। हालाँकि यह तथ्य कि लगभग 30% PwD प्रतिभागी इस सुविधा से अनभिज्ञ हैं, यह दर्शाता है कि प्रसार प्रचार में अभी भी सुधार संभव है। डाक मतपत्र चुनाव के दिन PwD निर्वाचकों के सामने आने वाली कई शारीरिक बाधाओं को कम कर सकते हैं, इसलिए यह सुनिश्चित करना महत्वपूर्ण है कि सभी पात्र मतदाताओं को इस विकल्प के बारे में सूचित किया जाए। आगे जागरूकता अभियान और बीएलओ से सीधा संचार इस अंतर को कम कर सकता है और PwD निर्वाचकों के बीच मतदान प्रतिशत में सुधार कर सकता है।



फोटो: जमुई जिले में प्रतिभागियों का सर्वेक्षण करते पदाधिकारी।

## अध्याय - 7

### निर्वाचन में प्रलोभन

प्रलोभन चुनावी प्रक्रिया की निष्पक्षता को प्रभावित करते हैं क्योंकि वे जानबूझकर या अनजाने में मतदाताओं की मानसिकता को प्रभावित करते हैं। इसलिए, चुनावों के दौरान प्रलोभनों के प्रभाव का विश्लेषण करने के लिए एक विशेष खंड समर्पित किया गया है।

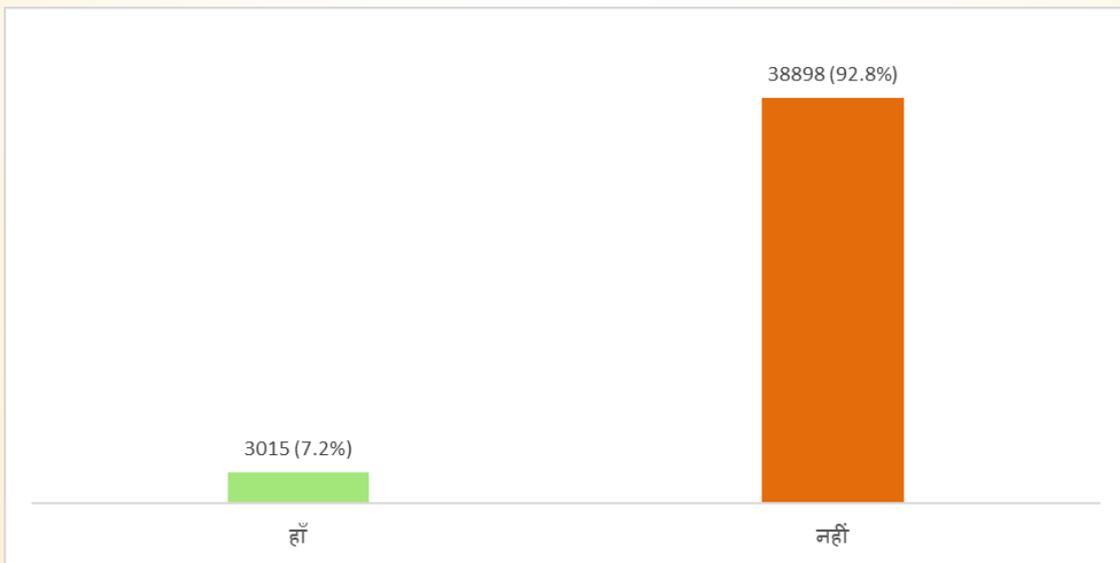
#### 7.1 मतदाताओं को प्रभावित करने के लिए दिए गए प्रलोभन/प्रस्तावों के बारे में जानकारी

तालिका और साथ में दिया गया ग्राफ प्रतिभागियों के प्रलोभन के प्रति झुकाव का मूल्यांकन करता है। आंकड़ों के अनुसार, 92.8% प्रतिभागियों ने बताया कि उन्हें कोई प्रलोभन नहीं दिया गया, जबकि 7.2% ने चुनाव के दौरान प्रलोभन मिलने की बात स्वीकार की।

**तालिका 7.1: मतदाताओं को प्रभावित करने के लिए दिए गए प्रलोभनों/प्रस्तावों के बारे में का आँकलन**

उत्तर	मतदान को प्रभावित करने के लिए किसी भी समूह से प्रलोभन की उपस्थिति को स्वीकार करने वाले प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	3015	7.2
नहीं	38898	92.8
कुल	<b>41913</b>	<b>100</b>

**चित्र 7.1: मतदाताओं को प्रभावित करने के लिए दिए गए प्रलोभनों/प्रस्तावों के बारे में प्रतिभागियों का आँकलन**



## 7.2 मतदाताओं को प्रभावित करने के लिए धन या बाहुबल के उपयोग के बारे में जानकारी

चुनाव के दौरान मतदाताओं को प्रभावित करने के लिए धन या बाहुबल के उपयोग का विवरण तालिका और संबंधित ग्राफ में दर्शाया गया है। 92.1% प्रतिभागियों ने कहा कि उन्होंने मतदाताओं को प्रभावित करने के लिए राजनीतिक दलों और उम्मीदवारों द्वारा धन और बाहुबल का उपयोग नहीं देखा, जबकि 7.9% ने स्वीकार किया कि चुनावों के दौरान वास्तव में धन और बाहुबल का उपयोग किया जाता है।

तालिका 7.2: मतदाताओं को प्रभावित करने के लिए धन या बाहुबल के उपयोग के बारे में प्रतिभागियों का आँकलन

उत्तर	मतदान को प्रभावित करने के लिए किसी भी समूह से प्रलोभन की उपस्थिति को स्वीकार करने वाले प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	3317	7.9
नहीं	38596	92.1
कुल	41913	100

चित्र 7.2: मतदाताओं को प्रभावित करने के लिए धन या बाहुबल के उपयोग के बारे में प्रतिभागियों का आँकलन



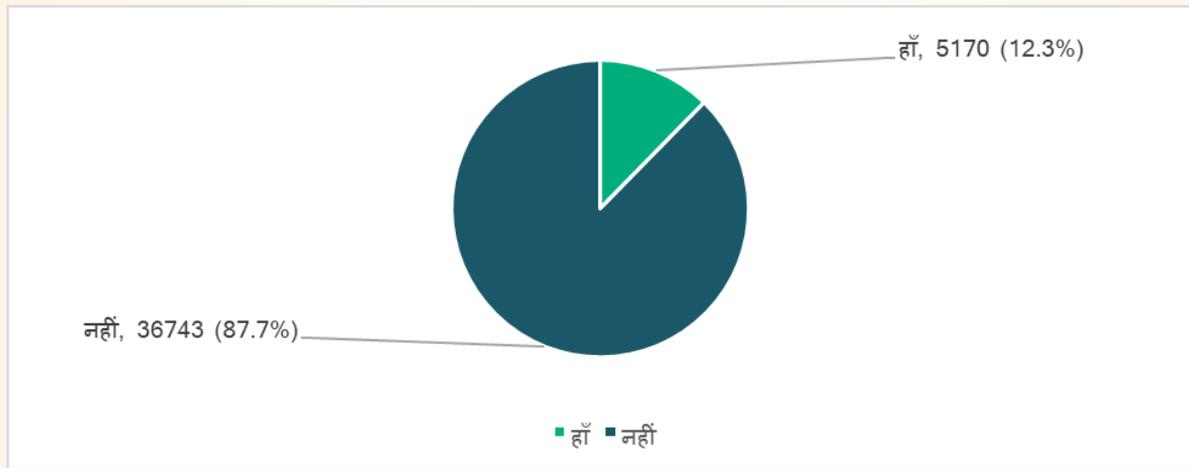
## 7.3 प्रतिभागियों की रैलियों या राजनीतिक कार्यक्रमों में भागीदारी

सर्वेक्षण के आंकड़ों से पता चलता है कि लगभग 87.7% प्रतिभागी राजनीतिक उम्मीदवारों या पार्टियों द्वारा आयोजित राजनीतिक रैलियों और कार्यक्रमों में शामिल नहीं हुए थे। केवल 12.3% प्रतिभागियों ने कहा कि उन्होंने राजनीतिक रैलियों या बैठकों में भाग लिया था।

तालिका 7.3: प्रतिभागियों की रैलियों या राजनीतिक कार्यक्रमों में भागीदारी का आँकलन

उत्तर	राजनीतिक दलों/उम्मीदवारों द्वारा आयोजित रैलियों/बैठकों में भाग लेने वाले प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	5170	12.3
नहीं	36743	87.7
कुल	41913	100

चित्र 7.3: प्रतिभागियों की रैलियों या राजनीतिक कार्यक्रमों में भागीदारी का आँकलन



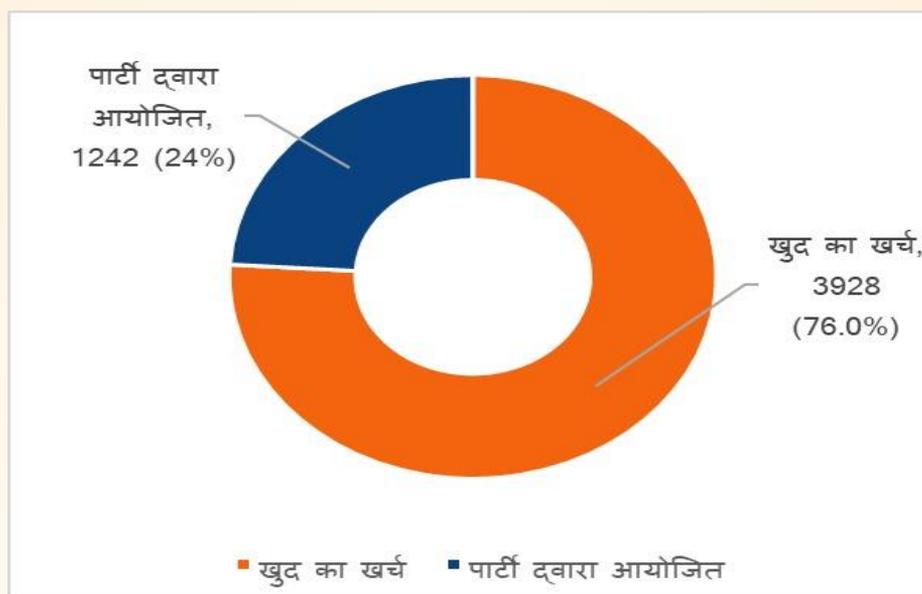
#### 7.4 प्रतिभागियों द्वारा रैलियों या राजनीतिक कार्यक्रमों में भाग लेने के लिए किया गया व्यय

सर्वेक्षण के परिणाम दर्शाते हैं कि उत्तर देने वाले 76.0% व्यक्तियों ने अपने स्वयं के खर्च पर राजनीतिक रैलियों और सभाओं में भाग लिया, जबकि 24.0% को मेजबान राजनीतिक दल से सहयोग प्राप्त हुआ।

तालिका 7.4: रैलियों या राजनीतिक कार्यक्रमों में भाग लेने के लिए प्रतिभागियों द्वारा किया गया व्यय

उत्तर	उन रैलियों में भाग लेने पर होने वाले व्यय को कौन वहन करता है, इस पर प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
खुद का खर्च	3928	76.0
पार्टी द्वारा आयोजित	1242	24.0
कुल	5170	100

चित्र 7.4: रैलियों या राजनीतिक कार्यक्रमों में भाग लेने के लिए प्रतिभागियों द्वारा किया गया व्यय



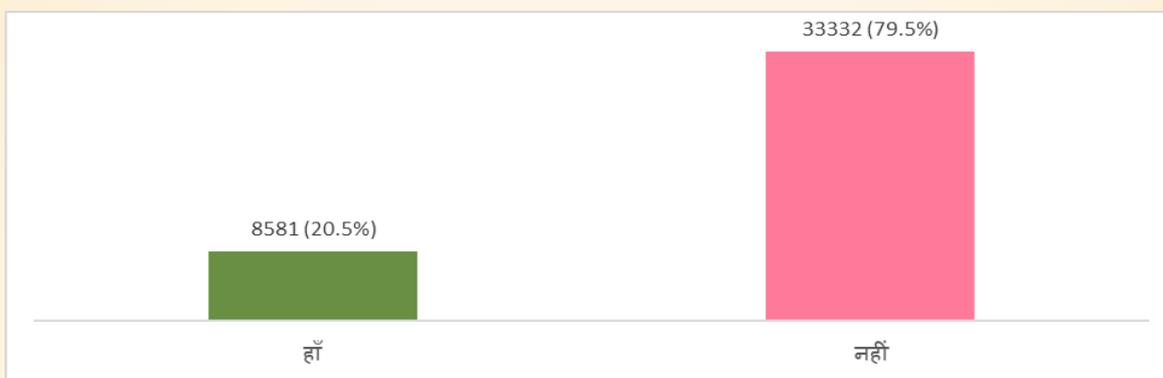
### 7.5 सीविजिल (cVigil) ऐप के बारे में प्रतिभागियों की जागरूकता

भारत निर्वाचन आयोग ने नागरिकों की मदद से चुनावी कदाचार और उल्लंघन के मामलों पर कार्रवाई करने के लिए cVigil ऐप बनाया है। हमारे सर्वेक्षण के निष्कर्षों के अनुसार, 79.5% प्रतिभागी cVigil ऐप से अपरिचित थे, जबकि केवल 20.5% को इसके बारे में जानकारी थी।

तालिका 7.5: सीविजिल ऐप के बारे में प्रतिभागियों का मूल्यांकन

उत्तर	cVigil ऐप के बारे में जागरूक प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	8581	20.5
नहीं	33332	79.5
कुल	41913	100

चित्र 7.5: सीविजिल ऐप के बारे में प्रतिभागियों का मूल्यांकन



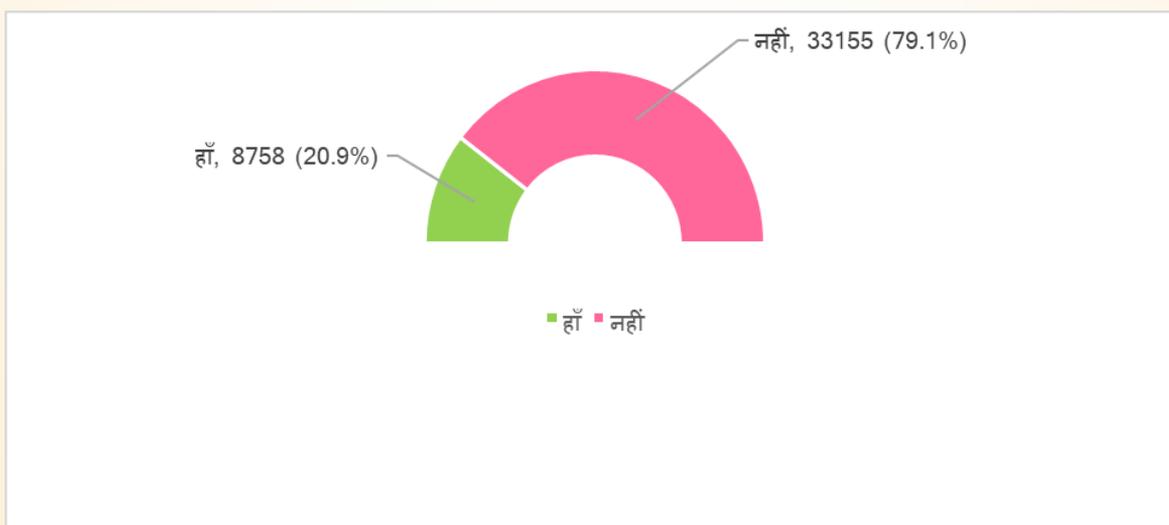
### 7.6 नो योर कैंडिडेट (KYC) ऐप के बारे में प्रतिभागियों की जागरूकता

सर्वेक्षण में केवाईसी ऐप के बारे में प्रतिभागियों की जानकारी के बारे में भी जानकारी जुटाई गई। लगभग 79.1% प्रतिभागियों ने केवाईसी ऐप के बारे में नहीं सुना था, जबकि 20.9% इसके बारे में जानते थे।

तालिका 7.6 नो योर कैंडिडेट (KYC) ऐप के बारे में प्रतिभागियों का आँकलन

उत्तर	केवाईसी ऐप के बारे में जागरूक प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	8758	20.9
नहीं	33155	79.1
कुल	41913	100

चित्र 7.6 नो योर कैंडिडेट (KYC) ऐप के बारे में प्रतिभागियों का आँकलन



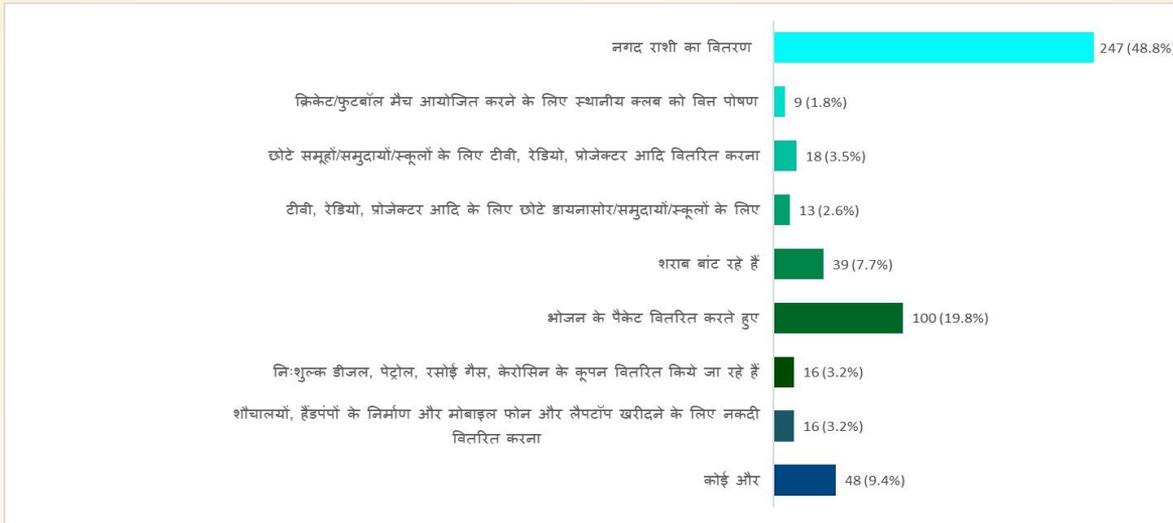
## 7.7 पिछले चुनावों के दौरान प्रतिभागियों को लुभाने के लिए इस्तेमाल किए गए प्रलोभन

सर्वेक्षण में भाग लेने वाले ज्यादातर लोगों ने प्रलोभनों में शामिल होने से इनकार किया, लेकिन कुछ लोगों ने इसे स्वीकार किया और विभिन्न प्रलोभनों के बारे में विस्तृत जानकारी दी। नीचे दिया गया ग्राफ और तालिका सर्वेक्षण में देखे गए प्रलोभनों को सूचीबद्ध करती है। सबसे प्रचलित प्रलोभन नगद वितरण था, जो 48.8% था, उसके बाद खाद्य पैकेट और शराब क्रमशः 19.7% और 7.7% थे। अन्य प्रलोभनों में छोटे समूहों, समुदायों और स्कूलों को टीवी, रेडियो और प्रोजेक्टर जैसी चीजें वितरित करना (3.5%), मुफ्त डीज़ल, पेट्रोल, एलपीजी और केरोसिन के लिए कूपन वितरित करना (3.1%), शौचालयों, हैंडपंपों के निर्माण और मोबाइल फोन और लैपटॉप की खरीद के लिए नगद वितरित करना (3.1%), महिलाओं के बीच पर्स, चूड़ियाँ और वैनिटी केस जैसी चीजें वितरित करना (2.5%) और स्थानीय क्लबों को क्रिकेट/फुटबॉल मैच आयोजित करने के लिए धन देना (1.7%) शामिल थे। इसके अतिरिक्त, 9.4% प्रतिभागी प्रलोभनों को निर्दिष्ट नहीं कर सके और उन्हें "अन्य" श्रेणी में वर्गीकृत किया गया।

**तालिका 7.7 पिछले चुनावों के दौरान प्रतिभागियों को लुभाने के लिए इस्तेमाल किए गए प्रलोभनों का आँकलन**

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
नगद राशि का वितरण	247	48.8
क्रिकेट/फुटबॉल मैच आयोजित करने के लिए स्थानीय क्लब को वित्त पोषण	9	1.8
छोटे समूहों/समुदायों/स्कूलों के लिए टीवी, रेडियो, प्रोजेक्टर आदि वितरित करना	18	3.5
टीवी, रेडियो, प्रोजेक्टर आदि के लिए छोटे डायनासोर/समुदायों/स्कूलों के लिए	13	2.6
शराब बांट रहे हैं	39	7.7
भोजन के पैकेट वितरित करते हुए	100	19.8
निःशुल्क डीज़ल, पेट्रोल, रसोई गैस, केरोसिन के कूपन वितरित किये जा रहे हैं	16	3.2
शौचालयों, हैंडपंपों के निर्माण और मोबाइल फोन और लैपटॉप खरीदने के लिए नकदी वितरित करना	16	3.2
कोई और	48	9.4
<b>कुल</b>	<b>506</b>	<b>100</b>

## तालिका 7.7 पिछले चुनावों के दौरान प्रतिभागियों को लुभाने के लिए इस्तेमाल किए गए प्रलोभनों का आँकलन



### अवलोकन एवं निष्कर्ष:

#### प्रलोभन की सीमित घटनाएँ:

तथ्य यह है कि 92.8% प्रतिभागियों ने किसी भी प्रकार के प्रलोभन प्राप्त नहीं होने की सूचना दी है, यह दर्शाता है कि कुल मिलाकर, चुनावी प्रक्रिया कई क्षेत्रों में प्रत्यक्ष मतदाता हेरफेर से अपेक्षाकृत मुक्त है। यह अधिकांश मतदाताओं के लिए चुनावी प्रक्रिया निष्पक्ष होने का एक सकारात्मक संकेतक है। हालांकि, 7.2% मतदाताओं ने प्रलोभन प्राप्त करने की बात स्वीकार की है, जिसे नज़रअंदाज़ नहीं किया जा सकता है। हालांकि यह आंकड़ा अपेक्षाकृत कम है, लेकिन ऑफर या रिश्वत से प्रभावित होने वाले मतदाताओं का एक छोटा प्रतिशत भी चुनाव प्रक्रिया की निष्पक्षता और पारदर्शिता को कमज़ोर कर सकता है। प्रलोभन, चाहे मौद्रिक हो या भौतिक, मतदाताओं को जानकारी एवं राजनीतिक वरीयता के बजाय लाभ के आधार पर अपने मत डालने के लिए प्रोत्साहित करके निर्वाचन प्रक्रिया को विकृत कर सकता है, जिससे संभावित रूप से चुनाव के परिणाम प्रभावित हो सकते हैं।

#### धन और बाहुबल का प्रयोग:

7.9% प्रतिभागियों ने मतदाताओं को प्रभावित करने के लिए धन या बाहुबल के इस्तेमाल को स्वीकार किया है, यह स्पष्ट संकेत है कि ये अनैतिक प्रथाएँ, हालांकि व्यापक नहीं हैं, लेकिन कुछ क्षेत्रों में या विशिष्ट मतदाता जनसांख्यिकी के बीच बनी हुई हैं। धन और बाहुबल का इस्तेमाल पारंपरिक रूप से मतदाताओं को डराने या मजबूर करने या आर्थिक लाभों के माध्यम से समर्थन को प्रोत्साहित करने के लिए किया जाता रहा है। हालांकि 92.1% प्रतिभागियों ने इन युक्तियों का अनुभव नहीं किया, लेकिन यह तथ्य कि लगभग 8% ने इसका अनुभव किया, यह दर्शाता है कि अभी भी कमज़ोरियाँ मौजूद हैं, विशेष रूप से अधिक हाशिए पर या राजनीतिक रूप से अस्थिर क्षेत्रों में। यह चुनावी प्रक्रिया के लिए जोखिम पैदा करना जारी रखता है, जहाँ आर्थिक और भौतिक दबाव मतदाताओं की स्वतंत्र इच्छा से समझौता कर सकता है।

## राजनीतिक रैली में भागीदारी:

87.7% प्रतिभागियों ने किसी भी राजनीतिक रैली या कार्यक्रम में भाग नहीं लिया, जो कई मतदाताओं के लिए राजनीतिक प्रचार में रुचि या पहुँच की कमी को दर्शाता है। हालाँकि, जो लोग रैलियों में शामिल हुए, उनमें से 76% ने अपने खर्च खुद उठाए, जो लोकतांत्रिक प्रक्रिया में वास्तविक राजनीतिक जुड़ाव और रुचि का भी संकेत देता है। यह स्वैच्छिक नागरिक भागीदारी का एक सकारात्मक संकेत है। दूसरी ओर, यह तथ्य कि 24% उपस्थित लोगों के खर्च का भुगतान राजनीतिक दलों द्वारा किया गया था, यह दर्शाता है कि आर्थिक प्रोत्साहन अभी भी राजनीतिक समर्थन जुटाने में भूमिका निभाते हैं। जब तक इस व्यय के आंकड़ों का पारदर्शी हिसाब रखा जाता है, तब तक यह अवैध नहीं है, लेकिन यह अभ्यास राजनीतिक दलों के मध्य एक असमान राजनीतिक कारकों का निर्माण सकता है जहाँ धनी पार्टियाँ आर्थिक प्रलोभनों के माध्यम से अधिक उपस्थित लोगों को आकर्षित कर सकती हैं, जो राजनीतिक समर्थन के बारे में जनता की धारणा को विकृत कर सकता है।

## रिपोर्टिंग तंत्र के बारे में जागरूकता का अभाव:

सीविजिल और केवाईसी ऐप जैसे समाधानों के बारे में कम जागरूकता, क्रमशः 79.5% और 79.1% प्रतिभागियों को इनसे कोई जानकारी नहीं है, जो चुनावी जवाबदेही के बारे में मतदाता शिक्षा में एक बड़ी कमी की ओर इशारा करता है। इन ऐप्स को भारत निर्वाचन आयोग द्वारा नागरिकों को रिश्तखोरी या धमकी जैसे चुनावी कदाचार की रिपोर्ट करने में सक्षम बनाने और चुनावों के दौरान अधिक पारदर्शिता सुनिश्चित करने के लिए बनाया गया था। अधिकांश मतदाता इनसे अनभिज्ञ हैं जिससे निर्वाचन प्रक्रिया में किसी प्रकार के कदाचार को रोकने में उनकी प्रभावशीलता को सीमित करती है। इन ऐप्स के बारे में सार्वजनिक ज्ञान बढ़ाने और उनके उपयोग को प्रोत्साहित करने से मतदाताओं को सक्रिय रूप से निर्वाचन प्रक्रिया में निष्पक्षता और राजनीतिक प्रतिनिधियों की जवाबदेही सुनिश्चित करने में भूमिका निभाई जा सकती है।

## नकदी और भौतिक प्रलोभन का प्रचलन:

7.2% प्रतिभागियों ने प्रलोभन प्राप्त करने की बात स्वीकार की है। नगद वितरण सबसे आम था (48.8%), भोजन के पैकेट (19.7%) और शराब (7.7%) का वितरण मतदाताओं को लुभाने के लिए बुनियादी आवश्यकताओं या लोकप्रिय वस्तुओं के उपयोग को और उजागर करता है। ये प्रलोभन विशेष रूप से चिंताजनक हैं क्योंकि वे अक्सर आर्थिक रूप से वंचित मतदाताओं को लक्षित करते हैं, जो दीर्घकालिक राजनीतिक विचारों की तुलना में अल्पकालिक भौतिक लाभों को स्वीकार करने के लिए अधिक संवेदनशील हो सकते हैं। मतदाता व्यवहार को प्रभावित करने के लिए मूर्त वस्तुओं का उपयोग चुनावी निष्पक्षता के लिए एक सीधा खतरा है, क्योंकि यह नीति और उम्मीदवार की योग्यता से ध्यान हटाकर तत्काल व्यक्तिगत लाभ पर केंद्रित कर देता है। इस तरह की प्रथाएँ लोकतांत्रिक मूल्यों को नष्ट करती हैं और चुनावी प्रक्रिया में विश्वास को

कम करती हैं। जबकि अधिकांश मतदाताओं ने प्रलोभन, धन शक्ति या जबरदस्ती का अनुभव नहीं होने की सूचना दी। कुछ क्षेत्रों में इन प्रथाओं की उपस्थिति एक चुनौती बनी हुई है। सर्वेक्षण के निष्कर्ष इस तथ्य को उजागर करते हैं कि इस तरह की रणनीति अभी भी मतदाताओं के एक हिस्से को प्रभावित करती है, जो निर्वाचन प्रणाली में चल रही कमजोरियों को उजागर करती है। इसके अलावा, c-VIGIL और KYC ऐप जैसे भ्रष्टाचार विरोधी समाधानों के बारे में जागरूकता की कमी नागरिकों की भूमिका को सीमित करती है। भविष्य के चुनावों की अखंडता को बनाए रखने के लिए मतदाता शिक्षा में वृद्धि, रिपोर्टिंग तंत्र के बारे में जागरूकता बढ़ाने और चुनावी कानूनों के सख्त प्रवर्तन के माध्यम से इन कमियों को दूर करना आवश्यक है।

## अध्याय - 08

### बिहार-विशेष प्रश्न

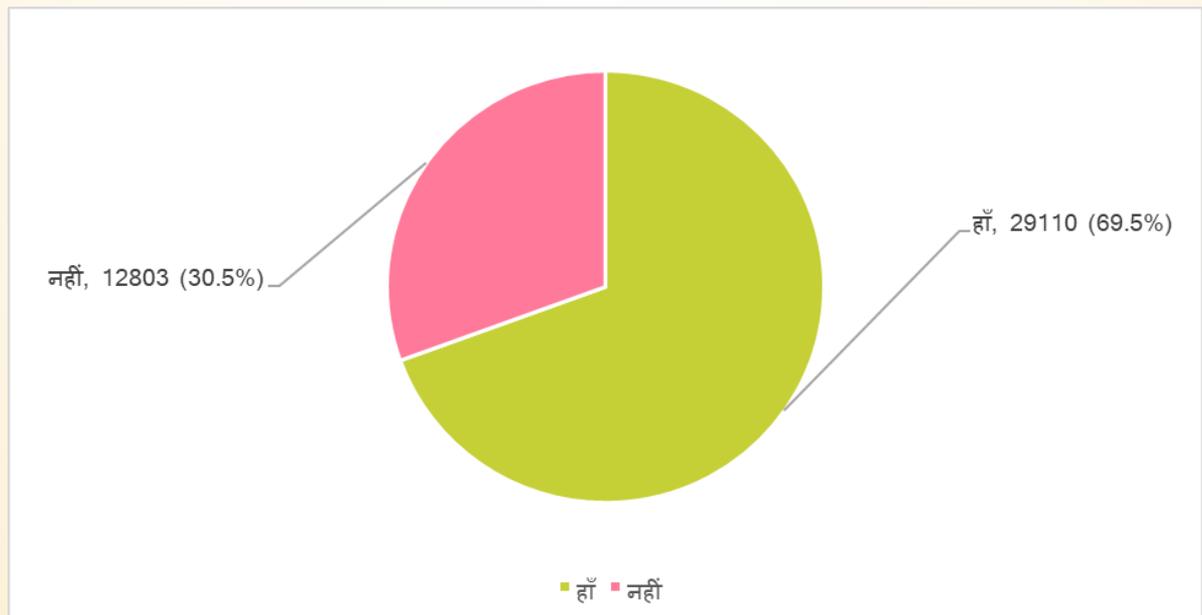
#### 8.1 मतदाता जागरूकता संबंधी सामग्री की प्रतिभागियों के बीच पहुँच

भारत निर्वाचन आयोग (ईसीआई) मतदाता शिक्षा को बढ़ावा देने और चुनावी प्रक्रिया में भागीदारी को प्रोत्साहित करने के लिए SVEEP (सुव्यवस्थित मतदाता शिक्षा और चुनावी भागीदारी) कार्यक्रम के अंतर्गत मतदाताओं के बीच जागरूकता बढ़ाने के लिए सामग्री प्रदान करता है। इस सामग्री में ब्रोशर, पोस्टर, वीडियो और ऑनलाइन संसाधन शामिल हैं जो नागरिकों को मतदान के महत्व, मतदान प्रक्रिया और निर्वाचक सूची में पंजीकरण करने के तरीके के बारे में जानकारी प्रदान करने के लिए बनाए गए हैं। जब उनसे पूछा गया कि क्या उन्हें मतदाता जागरूकता से संबंधित कोई सामग्री मिली है, तो 41913 प्रतिभागियों में से 29110 (69.5%) ने सकारात्मक जवाब दिया, जबकि 12803 (30.5%) ने नकारात्मक जवाब दिया।

तालिका 8.1: मतदाता जागरूकता संबंधी सामग्री की प्रतिभागियों के बीच पहुँच

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	29110	69.5
नहीं	12803	30.5
कुल	<b>41913</b>	<b>100.0</b>

चित्र 8.1: मतदाता जागरूकता संबंधी सामग्री की प्रतिभागियों के बीच पहुँच



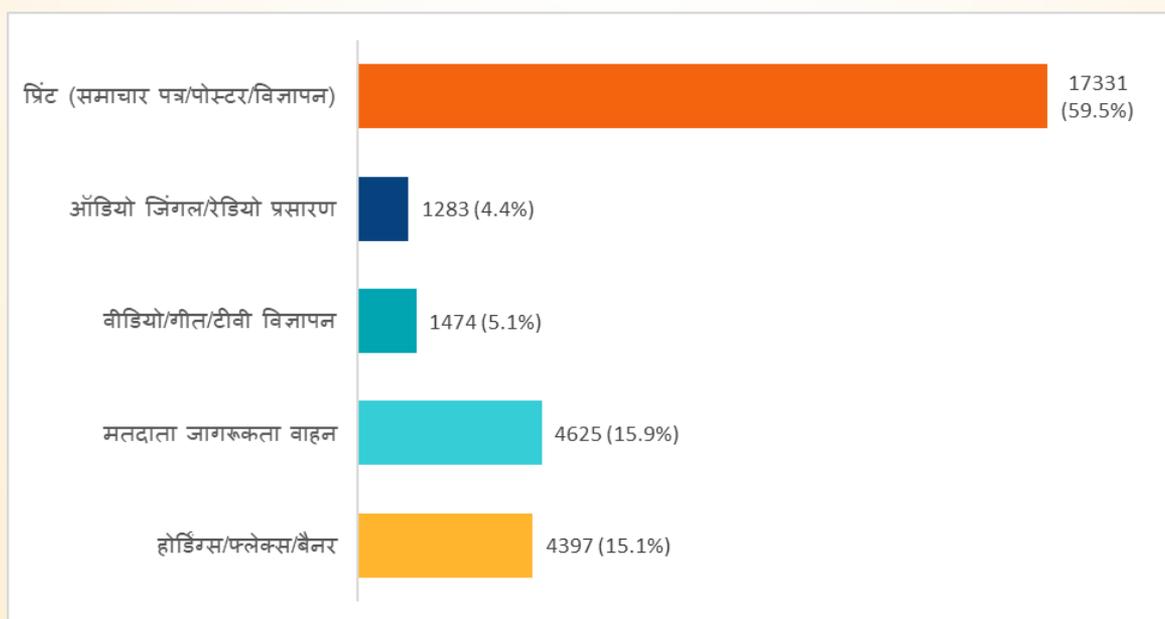
## 8.2 विभिन्न प्रकार के जागरूकता संबंधी सामग्रियों की पहुँच

जिन व्यक्तियों ने मतदाता जागरूकता सामग्रियों के संपर्क में आने की बात स्वीकार की, उनसे सर्वेक्षण में उन विशिष्ट प्रकार की सामग्रियों के बारे में पूछा गया, जिनसे वे परिचित हैं। 29110 प्रतिभागियों में से, 17331 (59.5%) को इसे समाचार पत्रों से, 4625 (15.9%) को मतदाता जागरूकता वाहनों के माध्यम से, 4397 (15.1%) को होर्डिंग/फ्लैक्स/बैनर के माध्यम से, 1474 (5.1%) को वीडियो/गीत/टीवी विज्ञापनों के माध्यम से और 1283 (4.4%) को ऑडियो जिंगल/रेडियो प्रसारण के माध्यम से जानकारी प्राप्त हुई थी।

तालिका 8.2: विभिन्न प्रकार के जागरूकता संबंधी सामग्रियों की पहुँच

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
प्रिंट (अखबार/पोस्टर/विज्ञापन)	17331	59.5
ऑडियो जिंगल/रेडियो प्रसारण	1283	4.4
वीडियो /गाना/ टी वी ऐड	1474	5.1
मतदाता जागरूकता रथ	4625	15.9
होर्डिंग/फ्लैक्स/बैनर	4397	15.1
कुल	29110	100.00

चित्र 8.2: विभिन्न प्रकार के जागरूकता संबंधी सामग्रियों की पहुँच



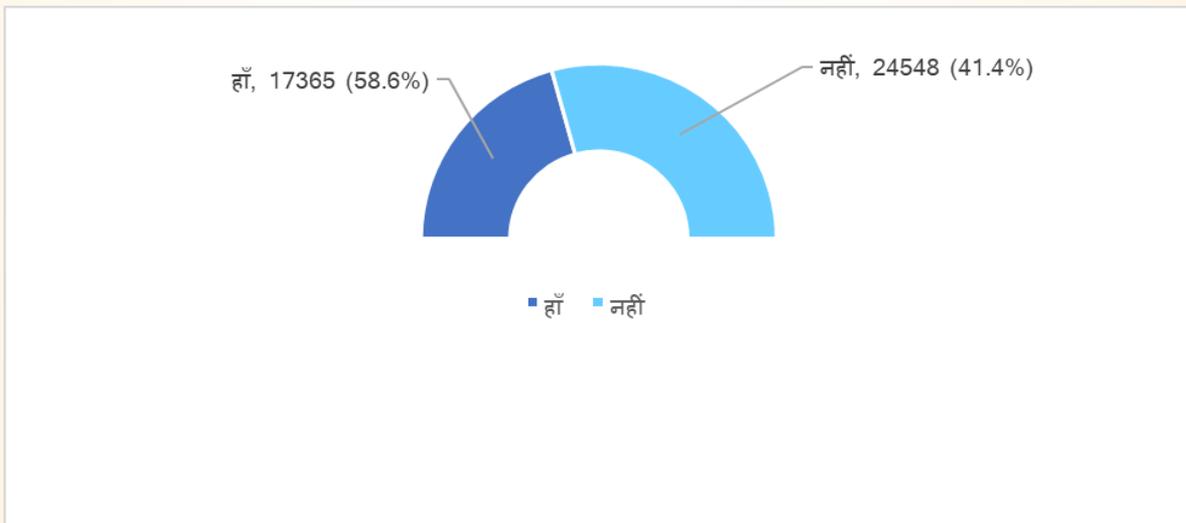
### 8.3 स्वीप आइकन के संदेश/वीडियो की पहुँच

स्वीप आइकन एक प्रसिद्ध व्यक्ति होता है जिसे भारत निर्वाचन आयोग द्वारा चुनाव के दौरान मतदाता शिक्षा और भागीदारी को प्रोत्साहित करने के लिए चुना जाता है। ये आइकन जनता के बीच मतदान के महत्व को बढ़ावा देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। गायक, खिलाड़ी और फिल्म स्टार जैसी प्रमुख हस्तियाँ अक्सर नागरिकों को प्रेरित करने के लिए स्वीप आइकन के रूप में काम करती हैं। सर्वेक्षण में, प्रतिभागियों से किसी भी स्वीप आइकन के संदेश या वीडियो के बारे में उनकी जानकारी के बारे में पूछा गया। जवाब में, 17365 (41.4%) प्रतिभागियों ने बताया कि उन्होंने ऐसी सामग्री देखी है, जबकि 24548 (58.6%) ने कहा कि उन्हें ऐसी कोई जानकारी नहीं है।

तालिका 8.3 स्वीप आइकन के संदेश/वीडियो की पहुँच

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	17365	41.4
नहीं	24548	58.6
कुल	<b>41913</b>	<b>100.0</b>

चित्र 8.3 स्वीप आइकन के संदेश/वीडियो की पहुँच



### 8.4 यदि हाँ, तो किस स्वीप आइकन का संदेश/वीडियो देखा गया

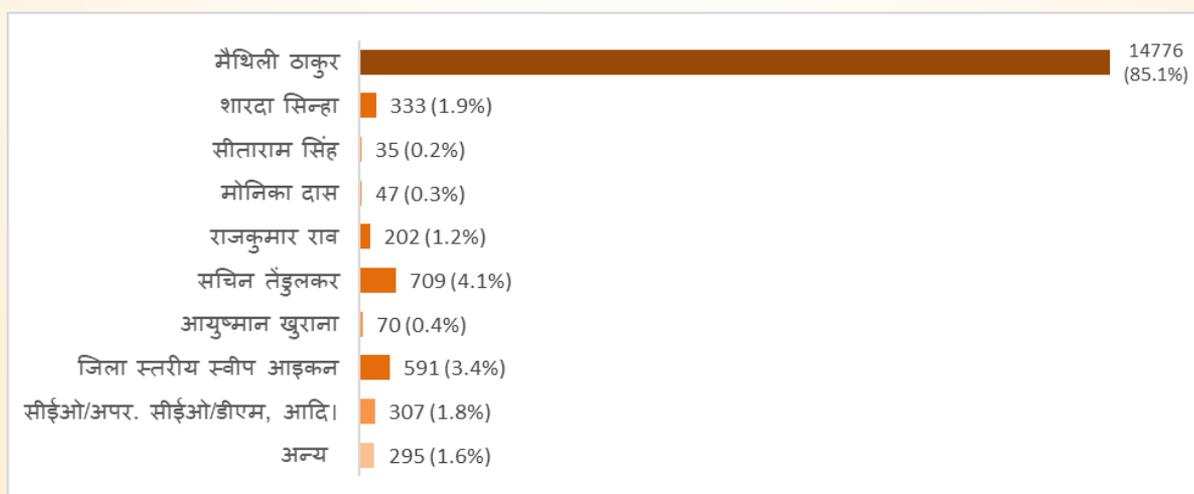
जिन लोगों ने स्वीप आइकन वाले वीडियो या संदेश को देखने की बात स्वीकार की, उनसे सर्वेक्षण में उस विशिष्ट आइकन के बारे में पूछा गया जिसका संदेश उन्हें मिला था। जवाब में, उल्लेखनीय रूप से 14776 (85.1%) प्रतिभागियों ने मैथिली ठाकुर का संदेश देखा, 709 (4.1%) ने सचिन तेंदुलकर का, 333 (1.9%) ने शारदा सिन्हा का, 202 (1.2%) ने राजकुमार राव का,

35 (0.2%) ने सीताराम सिंह का, 47 (0.3%) ने मोनिका दास का, 70 (0.4%) ने आयुष्मान खुराना का, 591 (3.4%) ने जिला स्तरीय स्वीप आइकन का, 307 (1.8%) ने मुख्य निर्वाचन पदाधिकारी/ अपर मुख्य निर्वाचन पदाधिकारी/जिला पदाधिकारी का संदेश देखा और 295 (1.7%) ने अन्य स्रोतों से संदेश देखा।

**तालिका 8.4 स्वीप आइकन के संदेश/वीडियो की पहुँच**

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
मैथिली ठाकुर	14776	85.1
शारदा सिन्हा	333	1.9
सीताराम सिंह	35	0.2
मोनिका दास	47	0.3
राजकुमार राव	202	1.2
सचिन तेंडुलकर	709	4.1
आयुष्मान खुराना	70	0.4
जिला स्तरीय स्वीप आइकॉन	591	3.4
मुख्य निर्वाचन पदाधिकारी/ अपर मुख्य निर्वाचन पदाधिकारी/जिला पदाधिकारी	307	1.8
अन्य	295	1.7
<b>कुल</b>	<b>17365</b>	<b>100.0</b>

**चित्र 8.4 स्वीप आइकन के संदेश/वीडियो की पहुँच**



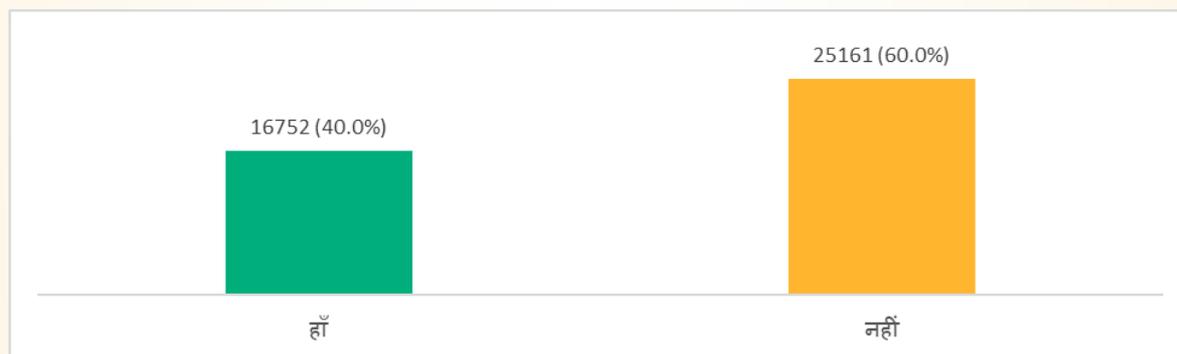
## 8.5 मुख्य निर्वाचन पदाधिकारी के सोशल मीडिया हैंडल की जानकारी

बिहार के मुख्य निर्वाचन पदाधिकारी कार्यालय के सोशल मीडिया हैंडल मतदाताओं के बीच जागरूकता फैलाने के लिए एक उपयोगी उपकरण है, जिसके माध्यम से चुनाव से जुड़ी गतिविधियों के बारे में नियमित रूप से पोस्ट किया जाता है। इस संबंध में 40% प्रतिभागियों को मुख्य निर्वाचन पदाधिकारी, बिहार के सोशल मीडिया हैंडल के बारे में पता था, जबकि 60% को नहीं पता था।

तालिका 8.5 मुख्य निर्वाचन पदाधिकारी के सोशल मीडिया हैंडल की जानकारी

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	16752	40.0
नहीं	25161	60.0
कुल	<b>41913</b>	<b>100.00</b>

चित्र 8.5 मुख्य निर्वाचन पदाधिकारी के सोशल मीडिया हैंडल की जानकारी



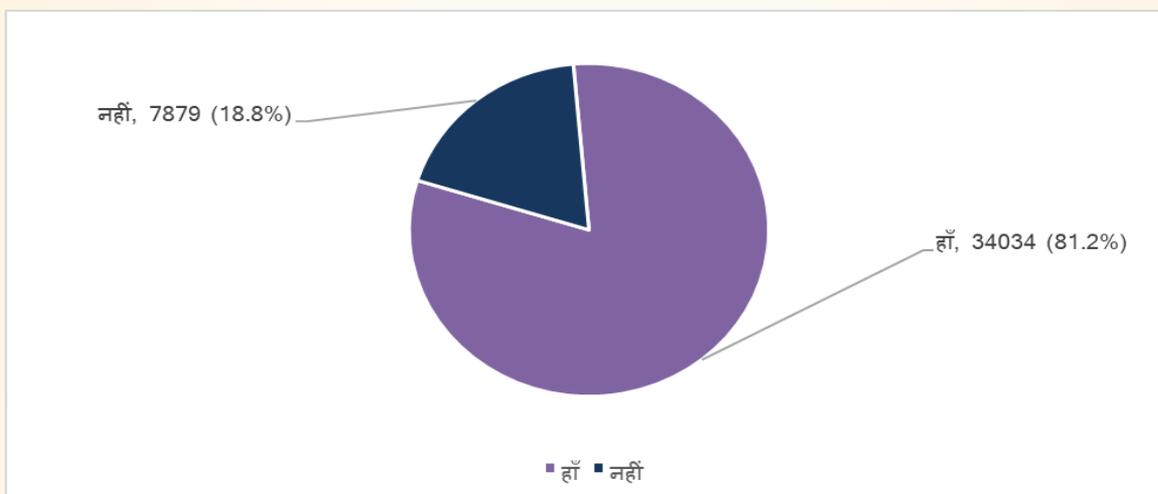
## 8.6 क्या हर घर दस्तक/डोर-टू-डोर अभियान के दौरान किसी पदाधिकारी द्वारा संपर्क किया गया है?

भारत निर्वाचन आयोग (ईसीआई) ने मतदाता शिक्षा और भागीदारी को बेहतर बनाने के लिए डोर-टू-डोर अभियान शुरू किया है। इस प्रयास के अन्तर्गत मतदाताओं से सीधे संपर्क स्थापित कर उन्हें मतदान प्रक्रिया के बारे में शिक्षित किया जाना और उन्हें अपने मताधिकार का प्रयोग करने के लिए प्रेरित किया जाना शामिल है। सर्वेक्षण में, 81.2% प्रतिभागियों ने बताया कि डोर-टू-डोर अभियान के दौरान किसी न किसी पदाधिकारी ने उनसे संपर्क किया, जबकि 18.8% ने कहा कि उनसे संपर्क नहीं किया गया।

तालिका 8.6 क्या हर घर दस्तक/डोर-टू-डोर अभियान के दौरान किसी पदाधिकारी द्वारा संपर्क किया गया है?

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	34034	81.2
नहीं	7879	18.8
कुल	<b>41913</b>	<b>100.00</b>

चित्र 8.6 क्या हर घर दस्तक/डोर-टू-डोर अभियान के दौरान किसी पदाधिकारी द्वारा संपर्क किया गया है?



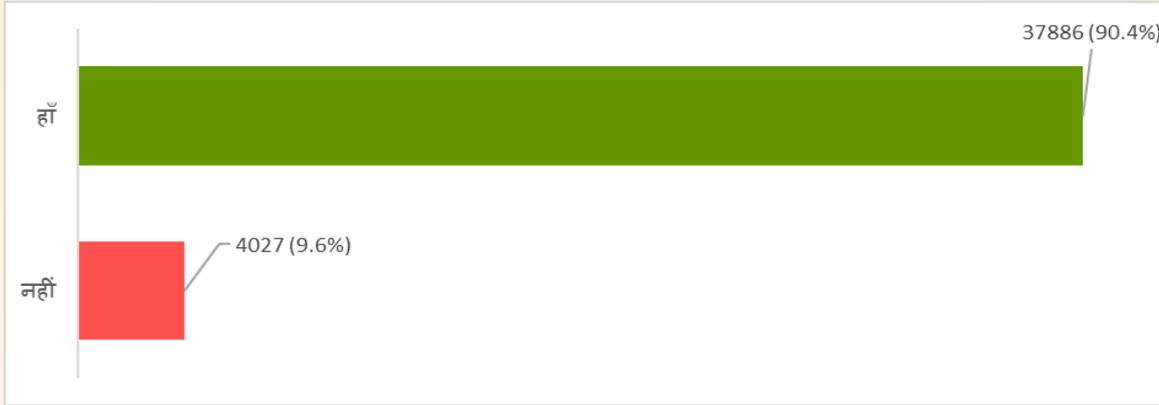
### 8.7 मतदाता पर्ची की प्राप्ति

भारत निर्वाचन आयोग (ईसीआई) द्वारा जारी मतदाता पर्ची, चुनावों के दौरान मतदाता पंजीकरण के आधिकारिक प्रमाण के रूप में कार्य करती है। इसे निर्वाचन पदाधिकारी या बूथ लेवल अधिकारी (बीएलओ) द्वारा सत्यापित किया जा सकता है। मतदाता पर्ची के बारे में जानकारी प्राप्त करने के लिए निर्वाचक मतदाता सेवा पोर्टल पर जा सकते हैं या संबंधित क्षेत्र के बूथ लेवल (मतदान केंद्र स्तरीय) अधिकारी से संपर्क कर सकते हैं। सर्वेक्षण प्रतिभागियों में से 90.4% ने अपनी मतदाता पर्ची प्राप्त करने की पुष्टि की, जबकि 9.6% ने उन्हें प्राप्त नहीं होने की सूचना दी।

तालिका 8.7: मतदाता पर्ची की प्राप्ति

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	37886	90.4
नहीं	4027	9.6
कुल	<b>41913</b>	<b>100.0</b>

चित्र 8.7: मतदाता पर्ची की प्राप्ति



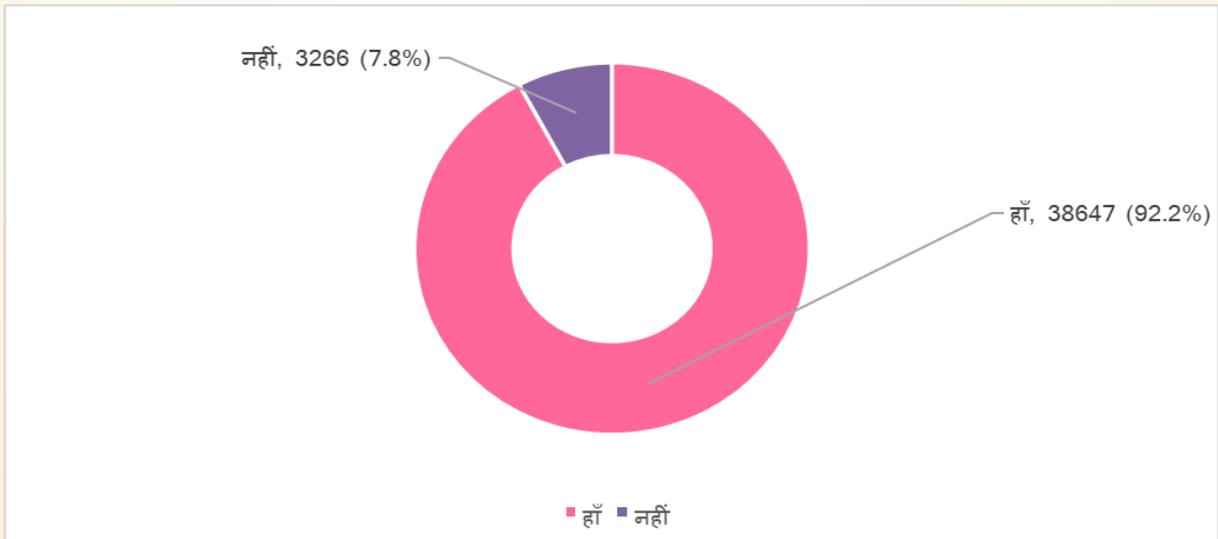
### 8.8 चुनाव की तिथि और समय के बारे में जानकारी

भारत निर्वाचन आयोग मतदान की तिथि और समय निर्धारित करता है और यह जानकारी प्रत्येक चुनाव दिवस से पहले विभिन्न चैनलों के माध्यम से प्रसारित की जाती है। चुनाव की तिथि और समय के बारे में पूछे गए प्रश्नों के उत्तर में, 92.2% प्रतिभागियों को इसकी जानकारी थी, जबकि 7.8% को इसकी जानकारी नहीं थी।

तालिका 8.8 चुनाव की तिथि और समय के बारे में जानकारी

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	38647	92.2
नहीं	3266	7.8
कुल	41913	100.0

चित्र 8.8 चुनाव की तिथि और समय के बारे में जानकारी



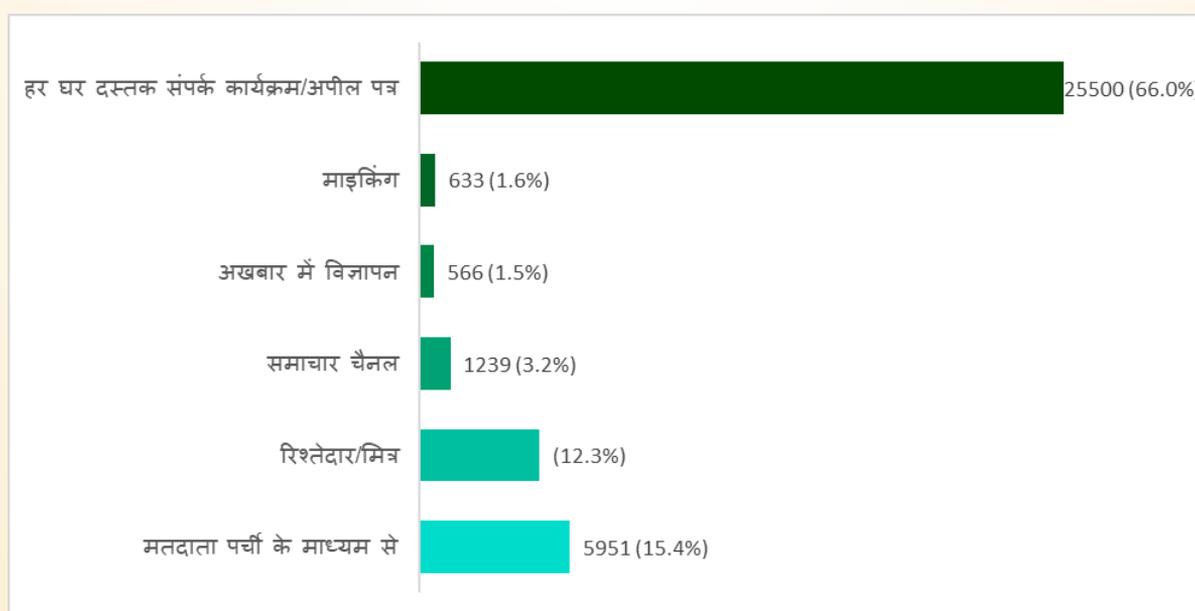
## 8.9 यदि हाँ, तो चुनाव की तिथि और समय के बारे में जानकारी का स्रोत

पिछले प्रश्न के क्रम में, सर्वेक्षण के दौरान निर्वाचन की तिथि और समय से संबंधित सूचना के स्रोत के बारे में प्रतिभागियों से पृच्छा की गई। 66% प्रतिभागियों ने हर घर दस्तक आउटरीच कार्यक्रम/अपील पत्र के माध्यम से, 15.4% ने मतदाता पर्ची के माध्यम से, 12.3% ने अपने रिश्तेदारों या दोस्तों से, 3.2% ने समाचार चैनलों से, 1.5% ने समाचार पत्रों के विज्ञापन के माध्यम से और 1.6% ने माइकिंग के माध्यम से जानकारी प्राप्त होने की सूचना दी।

तालिका 8.9 यदि हाँ, तो चुनाव की तिथि और समय के बारे में जानकारी का स्रोत

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हर घर दस्तक संपर्क कार्यक्रम/अपील पत्र	25500	66.0
माइकिंग	633	1.6
समाचार पत्र में विज्ञापन	566	1.5
न्यूज चैनल	1239	3.2
मतदाता पर्ची के माध्यम से	5951	15.4
अपने रिश्तेदारों या दोस्तों से	4758	12.3
कुल	<b>38647</b>	<b>100</b>

चित्र 8.9 यदि हाँ, तो चुनाव की तिथि और समय के बारे में जानकारी का स्रोत



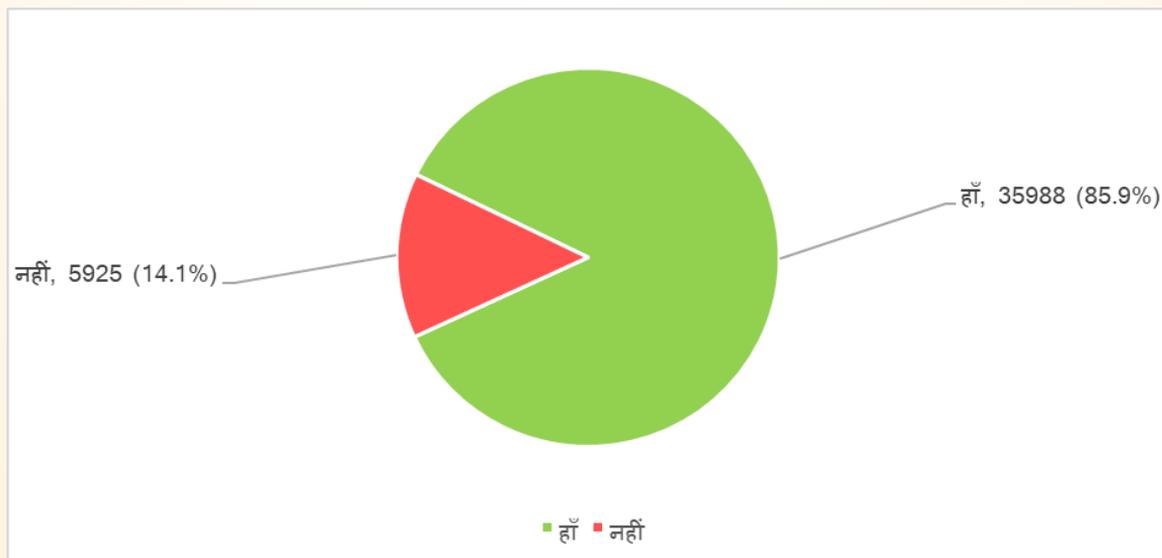
### 8.10 वोटर स्लिप (मतदाता पर्ची) के मतदान के लिए अनिवार्य दस्तावेज़ नहीं होने के बारे में जानकारी

मतदाता पर्ची में तारीख, समय और मतदान स्थल के बारे में महत्वपूर्ण विवरण होते हैं, जो मतदाताओं को मदद तथा सुचारू मतदान प्रक्रिया सुनिश्चित कर सकते हैं। परन्तु मतदान के लिए मतदाता पर्ची होना अनिवार्य नहीं है। इस सर्वेक्षण में, 85.9% प्रतिभागियों को पता था कि मतदान के लिए वोटर स्लिप अनिवार्य नहीं है, जबकि 14.1% इस तथ्य से अनजान थे।

### तालिका 8.10 वोटर स्लिप (मतदाता पर्ची) के मतदान के लिए अनिवार्य दस्तावेज़ नहीं होने के बारे में जानकारी

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	35988	85.9
नहीं	5925	14.1
कुल	41913	100.0

### चित्र 8.10 वोटर स्लिप (मतदाता पर्ची) के मतदान के लिए अनिवार्य दस्तावेज़ नहीं होने के बारे में जानकारी



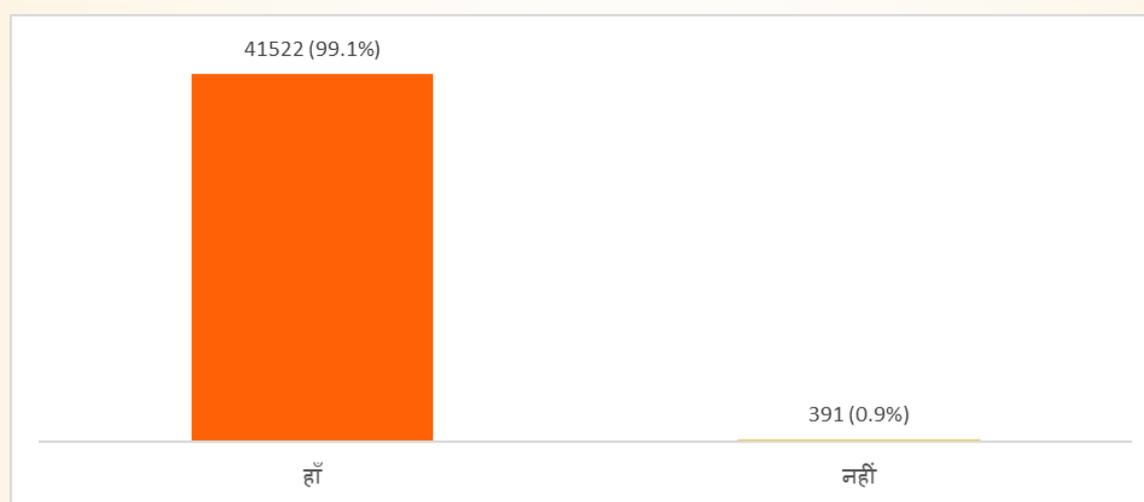
### 8.11 क्या लोकसभा चुनाव, 2024 के दौरान मतदान न करने का कारण हीटवेव/गर्मी थी?

सर्वेक्षण में प्रतिभागियों से पूछा गया कि क्या हीटवेव और चिलचिलाती गर्मी ने उन्हें लोकसभा चुनाव में मतदान करने से हतोत्साहित किया। 99.1% प्रतिभागियों ने हीटवेव/गर्मी को कम मतदान का प्रमुख कारण माना, जबकि 0.9% ने इससे असहमति जाहिर की।

तालिका 8.11: लोकसभा चुनाव, 2024 के दौरान हीटवेव/गर्मी के कारण मतदान न करने संबंधित आँकड़े

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	41522	99.1
नहीं	391	0.9
कुल	41913	100.0

चित्र 8.11: लोकसभा चुनाव, 2024 के दौरान हीटवेव/गर्मी के कारण मतदान न करने संबंधित आँकड़े



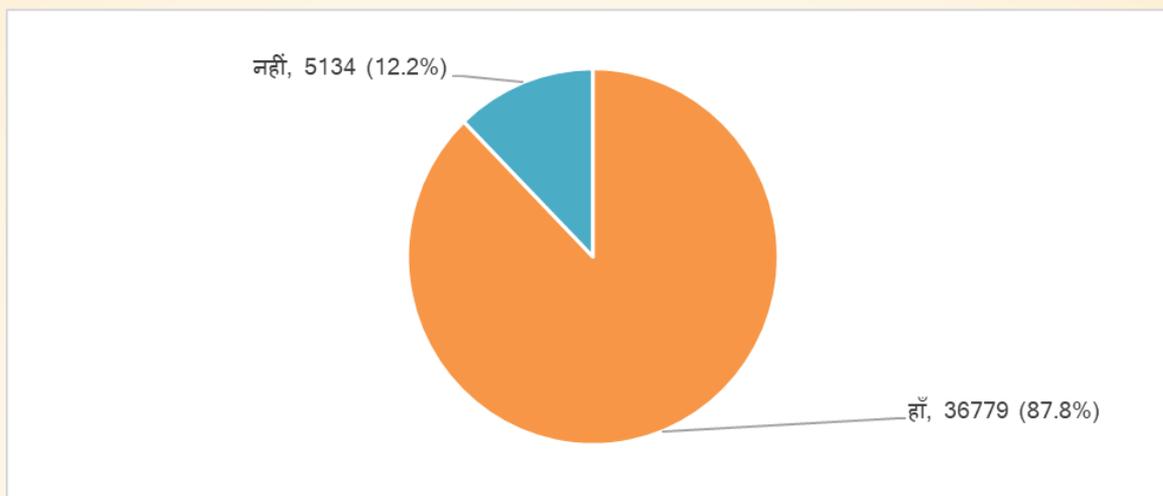
### 8.12 मतदान केंद्र पर हीटवेव से बचाव/राहत के लिए सुविधाएँ

मतदान के दौरान मतदाताओं के सहज अनुभव हेतु भारत निर्वाचन आयोग द्वारा प्रत्येक केन्द्र पर आवश्यक सुविधाएँ सुनिश्चित की जाती हैं। गर्मियों में छाया, बैठने की व्यवस्था और मेडिकल किट के साथ ओआरएस आदि की सुविधाओं से मतदान केन्द्र को सुसज्जित किया जाता है। सर्वेक्षण के अनुसार, 87.8% प्रतिभागियों ने मतदान केंद्रों पर हीटवेव के प्रभावों से बचाव के लिए सुविधाओं की उपलब्धता की पुष्टि की, जबकि 12.2% ने असहमति जताई।

तालिका 8.12 मतदान केंद्र पर हीटवेव से बचाव/राहत के लिए उपलब्ध सुविधाएँ

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	36779	87.8
नहीं	5134	12.2
कुल	41913	100.0

चित्र 8.12 मतदान केंद्र पर हीटवेव से बचाव/राहत के लिए उपलब्ध सुविधाएँ



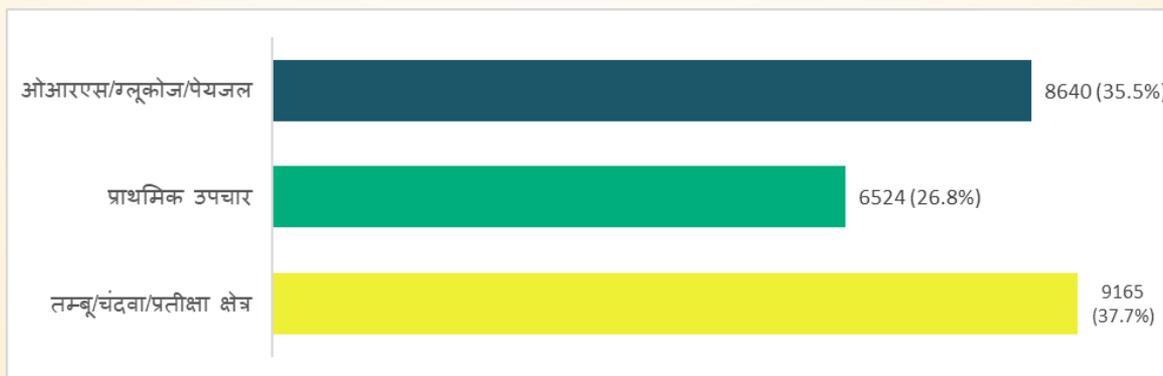
### 8.13 यदि हाँ, तो कौन-कौन सी सुविधाएँ उपलब्ध थीं

पहले पूछे गए प्रश्न के क्रम में, सर्वेक्षण प्रतिभागियों से मतदान स्थल पर उपलब्ध कराई गई हीटवेव राहत सुविधाओं के बारे में पृच्छा की गई। 24329 प्रतिभागियों में से 35.5% ने ओआरएस/ग्लूकोज/पेयजल की मौजूदगी की पुष्टि की, 26.8% ने प्राथमिक चिकित्सा की उपलब्धता का उल्लेख किया और 37.7% ने टेंट/शामियाना/प्रतीक्षा क्षेत्र की उपलब्धता की सूचना दी।

तालिका 8.13: यदि हाँ, तो उपलब्ध सुविधाओं से संबंधित आँकड़े

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
ओ०आर०एस०पीने/ग्लूकोज/ का पानी	8640	35.5
प्राथमिक चिकित्सा	6524	26.8
टेंटवेटिंग ऐरिया/शामियाना-	9165	37.7
कुल	24329	100

चित्र 8.13: यदि हाँ, तो उपलब्ध सुविधाओं से संबंधित आँकड़े



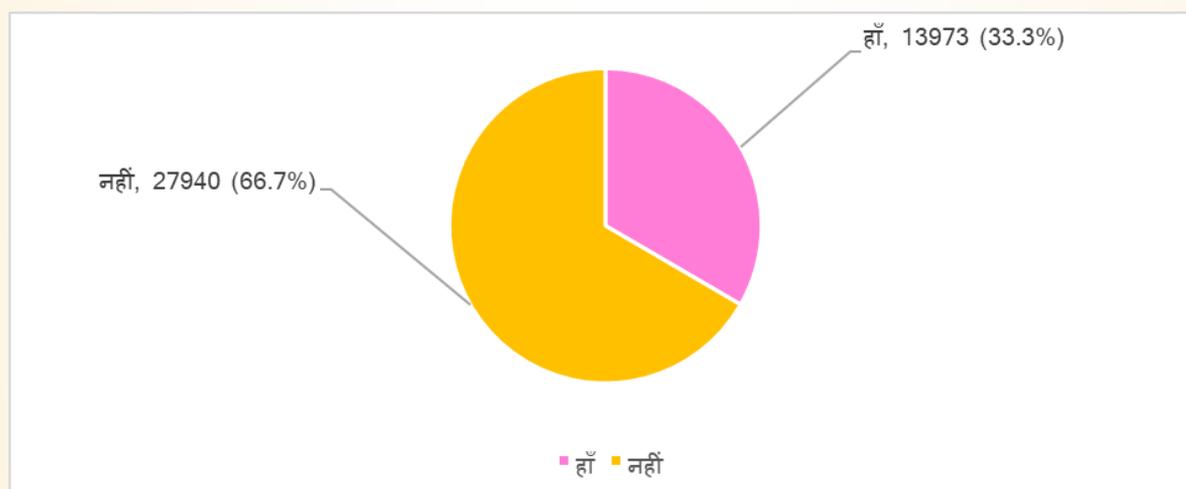
### 8.14 क्या घर में महिला मतदाताओं की संख्या पुरुष मतदाताओं से ज़्यादा थी?

महिला मतदाता भागीदारी के स्तर का आँकलन करने हेतु प्रतिभागियों से उनके घर में पुरुष मतदाताओं की तुलना में महिला मतदाता अधिक होने के संबंध में पृच्छा की गई। 33.3% प्रतिभागियों ने बताया कि उनके घर में पुरुष मतदाताओं की तुलना में महिला मतदाता अधिक हैं, जबकि 66.7% ने इसके विपरीत संकेत दिया।

तालिका 8.14: क्या घर में महिला मतदाताओं की संख्या पुरुष मतदाताओं से ज़्यादा थी?

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
हाँ	13973	33.3
नहीं	27940	66.7
कुल	<b>41913</b>	<b>100</b>

चित्र 8.14: क्या घर में महिला मतदाताओं की संख्या पुरुष मतदाताओं से ज़्यादा थी?



### 8.15 यदि हाँ, तो घर में महिला मतदाताओं की संख्या अधिक होने के कारण

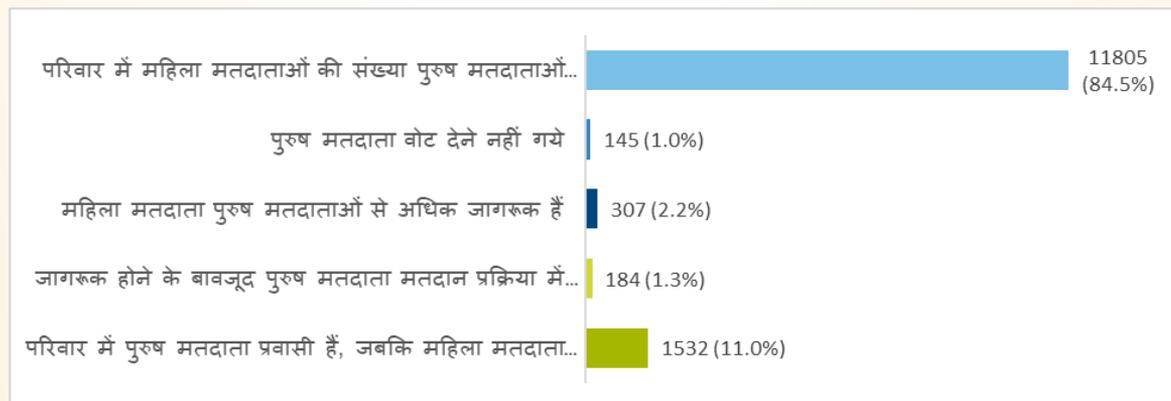
पिछले प्रश्न के क्रम में सर्वेक्षण प्रतिभागियों से उनके घरों में महिला मतदाताओं की संख्या अधिक होने के कारण के बारे में पृच्छा की गई। 84.5% प्रतिभागियों ने कहा कि पुरुष सदस्यों की तुलना में परिवार में महिला सदस्य ही अधिक हैं जिस कारण महिला मतदाता ज्यादा हैं, 2.2% ने इसका श्रेय पुरुष मतदाताओं की तुलना में महिला मतदाताओं में बेहतर जागरूकता को दिया और 1% ने उल्लेख किया कि पुरुष सदस्य मतदान में भाग नहीं लेते हैं। इसकी तुलना में 1.3% ने जागरूक होने के बावजूद पुरुष मतदाताओं की उदासीनता पर जोर दिया। इसके

अतिरिक्त, 11% ने राज्य से पुरुषों के पलायन को अपने घरों में पुरुष मतदाताओं की तुलना में महिला मतदाताओं की अधिक संख्या का कारण बताया।

तालिका 8.15: घर में महिला मतदाताओं की संख्या अधिक होने के कारणों से संबंधित आँकड़े

उत्तर	प्रतिभागियों की संख्या	प्रतिशत
परिवार में महिला निर्वाचकों की संख्या पुरुष निर्वाचकों से ज्यादा है	11805	84.5
पुरुष मतदाता मतदान करने नहीं पहुँचे	307	2.2
महिला मतदाता पुरुष मतदाता से अधिक जागरूक है	145	1.0
जागरूक होने के बावजूद पुरुष मतदाता मतदान प्रक्रिया में भाग लेने में रुचि नहीं दिखाते हैं	184	1.3
परिवार के पुरुष मतदाता प्रवासी है जबकि महिला मतदाता आवासित मतदाता है।	1532	11.0
कुल	<b>13973</b>	<b>100.0</b>

चित्र 8.15: घर में महिला मतदाताओं की संख्या अधिक होने के कारणों का आँकलन



## अवलोकन और निष्कर्ष

### 1. मतदाता जागरूकता सामग्री की पहुँच:

भारत निर्वाचन आयोग (ECI) द्वारा SVEEP (सुव्यवस्थित मतदाता शिक्षा और चुनावी भागीदारी) कार्यक्रम अंतर्गत मतदाता जागरूकता सामग्री से 69.5% प्रतिभागियों को अवगत कराया गया था। यह एक उत्साहजनक आंकड़ा है, जो दर्शाता है कि अधिकांश आबादी के पास निर्वाचन प्रक्रिया के बारे में महत्वपूर्ण जानकारी की पहुँच है। इनमें से समाचार पत्र, पोस्टर और

विज्ञापन जैसे प्रिंट मीडिया 59.5% पहुँच के साथ सबसे प्रभावी माध्यम साबित हुए। मतदाता जागरूकता वाहन (15.9%) और होर्डिंग/बैनर (15.1%) जैसे पारंपरिक तरीके भी सूचना प्रसारित करने में प्रभावी थे। आँकड़ों के अनुसार, ये संख्यायें वैकल्पिक मीडिया, विशेष रूप से डिजिटल प्लेटफॉर्म के माध्यम से मतदाता शिक्षा की पहुँच में विविधता लाने और विस्तार करने की क्षमता का सुझाव देती हैं, परन्तु इनका व्यापक रूप से उपयोग नहीं किया गया है।

## 2. स्वीप आइकन की सहभागिता :

केवल 41.4% प्रतिभागियों ने स्वीप आइकन के संदेश या वीडियो देखने की सूचना दी। यह मध्यम पहुँच को दर्शाता है, लेकिन 58.6% आबादी इन प्रमुख मतदाता आउटरीच प्रयासों से अछूते रह गए। हालांकि, स्थानीय लोकप्रिय व्यक्तियों के प्रभाव को कमतर नहीं आंका जा सकता है। लोक गायिका सुश्री मैथिली ठाकुर सबसे प्रभावशाली आइकन के रूप में उभरीं, विभिन्न आइकॉन में 85.1% प्रतिभागियों ने जागरूकता बढ़ाने में उनकी भूमिका को स्वीकार किया। इससे पता चलता है कि सचिन तेंदुलकर या राजकुमार राव जैसी राष्ट्रीय हस्तियों की तुलना में क्षेत्रीय आइकन स्थानीय आबादी के साथ अधिक जुड़ते हैं। स्थानीय हस्तियों के माध्यम से मतदाताओं को शिक्षित करना भागीदारी बढ़ाने के लिए एक अत्यधिक प्रभावी रणनीति है।

## 3. सोशल मीडिया जागरूकता:

सर्वेक्षण से पता चला कि मात्र 40% प्रतिभागियों को मुख्य निर्वाचन पदाधिकारी, बिहार की सोशल मीडिया उपस्थिति की जानकारी थी, जबकि 60% अभी भी अनभिज्ञ हैं। यह डिजिटल मतदाता आउटरीच का विस्तार करने के लिए एक महत्वपूर्ण अवसर को उजागर करता है, विशेषकर जब सोशल मीडिया युवा जनसांख्यिकी को जोड़ने में तेजी से महत्वपूर्ण होता जा रहा है। प्रभावी डिजिटल अभियान आवश्यकता अनुरूप सामग्री और सोशल मीडिया प्रभावशाली व्यक्तियों के साथ रणनीतिक सहयोग जागरूकता को काफी बढ़ा सकते हैं। डिजिटल साक्षरता कार्यक्रमों की आवश्यकता उन लोगों के लिए अंतर को कम करने के लिए है जो ऑनलाइन प्लेटफॉर्म से उतने परिचित नहीं हैं।

## 4. डोर-टू-डोर अभियान की प्रभावशीलता:

हर घर दस्तक (डोर-टू-डोर) अभियान मतदाताओं तक पहुँचने में एक अत्यधिक प्रभावी समाधान सिद्ध हुआ है। 81.2% प्रतिभागियों ने बताया कि पदाधिकारियों ने उनसे संपर्क किया, जिससे यह मतदाता जागरूकता के सबसे प्रत्यक्ष और प्रभावशाली प्रयासों में से एक बन गया। इस व्यक्तिगत आउटरीच ने मतदाताओं की शंकाओं को दूर करने, आवश्यक चुनाव जानकारी प्रदान करने और मतदाताओं और निर्वाचन प्रक्रिया के बीच विश्वास को बढ़ावा देने में मदद की। इस तरह के अभियान यह सुनिश्चित करते हैं कि उन क्षेत्रों में भी जहाँ डिजिटल या प्रिंट मीडिया नहीं पहुँच सकता है, वहाँ भी चुनावी प्रक्रिया में प्रत्येक घर की सहभागिता हो।

## 5. मतदाता पर्चियों की प्राप्ति और मतदान तिथि एवं समय का ज्ञान:

मतदाता पर्चियों की प्राप्ति लगभग सार्वभौमिक थी, 90.4% प्रतिभागियों ने पुष्टि की कि उन्हें यह महत्वपूर्ण दस्तावेज़ मिला था। मतदाता पर्चियाँ न केवल पंजीकरण के प्रमाण के रूप में काम करती हैं, बल्कि उनमें मतदान केन्द्रों और समय के बारे में महत्वपूर्ण जानकारी भी होती है। वितरण का यह स्तर एवं निर्वाचन की तारीख तथा समय के संबंध में 92.2% जागरूकता, भारत निर्वाचन आयोग के प्रयासों को पूर्णतः दर्शाता है। हर घर दस्तक अभियान और मतदाता पर्चियों ने इसमें महत्वपूर्ण भूमिका निभाई, जिससे यह सुनिश्चित हुआ कि मतदाता चुनाव के दिन के लिए जानकारी सहित तैयार रहे थे।

## 6. मतदान प्रतिशत पर हीटवेव का प्रभाव:

99.1% प्रतिभागियों ने 2024 के लोकसभा चुनावों में निर्वाचकों द्वारा मतदान न करने के निर्णय के लिए अत्यधिक गर्मी को जिम्मेदार ठहराया। यह मतदान प्रतिशत पर मौसम संबंधी चुनौतियों के महत्वपूर्ण प्रभाव को रेखांकित करता है, विशेष रूप से उच्च तापमान वाले क्षेत्रों में। हालाँकि, टेंट, पानी और ओआरएस (ओरल रिहाइड्रेशन साल्ट) जैसी सुविधाओं के प्रावधान को 87.8% प्रतिभागियों ने स्वीकार किया, जो दर्शाता है कि आयोग ने इन चुनौतियों को कम करने के लिए प्रभावी कदम उठाए हैं। अधिक व्यापक मौसम-अनुकूलन रणनीतियों को लागू किया जा सकता है, जैसे कि सुबह के ठंडे शुरुआती समय के दौरान जल्दी मतदान शुरू कराना तथा मतदाताओं हेतु मतदान केंद्र की बुनियादी सुविधाओं में सुधार करना।

## 7. महिला मतदाता भागीदारी:

सर्वेक्षण के अनुसार, महिला मतदाता भागीदारी पुरुष मतदाताओं की तुलना में कम है, केवल 33.3% परिवारों में महिला मतदाता अधिक हैं। दिलचस्प बात यह है कि इनमें से 84.5% परिवारों ने महिला मतदाताओं की अधिक संख्या के लिए प्राकृतिक जनसांख्यिकीय अंतर को जिम्मेदार ठहराया, जबकि 11% ने पुरुषों के पलायन को इसका कारण बताया। यह प्रवृत्ति मतदाता भागीदारी में लैंगिक असमानता को दूर करने के महत्व पर जोर देती है | न केवल महिलाओं को लक्षित जागरूकता अभियानों की आवश्यकता है बल्कि पुरुष प्रवासियों के लिए अनुपस्थित मतदान के अवसर पैदा कर यह सुनिश्चित किया जाए कि वे भौतिक अनुपस्थिति के बावजूद चुनावी प्रक्रिया का हिस्सा बने रहें।

## 8. सुधार के अवसर:

सर्वेक्षण कई आयामों को इंगित करता है जहां सुधार किए जा सकते हैं। सबसे पहले, उन मतदाताओं के साथ अधिक संपर्क की संभावना है जहाँ डिजिटल प्लेटफॉर्म की जानकारी सीमित है। डिजिटल साक्षरता पहलों का विस्तार करने और स्थानीयकृत सामग्री का उपयोग करने से मतदाता शिक्षा में सुधार होगा। इसके अलावा, भविष्य के चुनावों के लिए मौसम संबंधी

चुनौतियों का समाधान करना आवश्यक है। इसमें मतदान केंद्रों पर बेहतर सुविधाएं, शेड्यूलिंग नवाचार और भागीदारी में मौसम से प्रेरित बाधाओं का मुकाबला करने के लिए अतिरिक्त मतदाता सेवाएं शामिल हो सकती हैं। निष्कर्ष के तौर पर, हालांकि स्वीप और हर घर दस्तक अभियान जैसी मतदाता पहुंच रणनीतियां प्रभावी साबित हुई हैं, फिर भी डिजिटल प्लेटफार्मों का लाभ उठाने, स्थानीय प्रभावशाली लोगों की भागीदारी बढ़ाने और भविष्य के चुनावों में व्यापक और अधिक समावेशी भागीदारी सुनिश्चित करने के लिए पहुंच में सुधार करना आवश्यक है ।

## अध्याय - 09

### निष्कर्ष एवं सुझाव

जैसा कि पिछले अध्यायों में चर्चा की गई है, KAP एंडलाइन सर्वे रिपोर्ट-2024 ने कई महत्वपूर्ण और जानवर्धक निष्कर्ष सामने रखे। इस रिपोर्ट को तैयार करते समय यह आवश्यक है कि इन ठोस निष्कर्षों को निष्कर्षात्मक और व्याख्यात्मक रूप में प्रस्तुत किया जाए ताकि वे हमें उपयोगी और क्रियाशील मार्गदर्शन प्रदान कर सकें। विभिन्न तरीकों में से, यह रिपोर्ट का अंतिम और सबसे महत्वपूर्ण अध्याय है, जिसे SWOT विश्लेषण (SWOT Analysis) की पद्धति पर तैयार किया गया है। प्रशासन और प्रबंधन क्षेत्रों में व्यापक रूप से प्रचलित SWOT विश्लेषण (मजबूती, कमजोरी, अवसर, और चुनौतियां) किसी विषय/विचार के लिए उपयुक्त स्थिति-मूल्यांकन प्रदान करता है, जिससे आगे की रणनीति बनाने में सहायता मिलती है।

#### उद्देश्य:

इस SWOT विश्लेषण का उद्देश्य विभिन्न क्षेत्रों को चार प्रमुख श्रेणियों में बांटना है- मजबूती, कमजोरी, अवसर, और चुनौतियां।

- **मजबूतियां (Strengths):** ऐसे क्षेत्र जहां हमारा प्रदर्शन लगातार अच्छा रहा है और जिनमें सुधार की आवश्यकता अपेक्षाकृत कम है।
- **कमजोरियां (Weaknesses):** ऐसे क्षेत्र जहां प्रयासों के बावजूद अपेक्षित परिणाम हासिल नहीं हो सके हैं, और जिनमें सुधार की व्यापक गुंजाइश है।
- **अवसर (Opportunities):** ऐसे क्षेत्र जो नवोन्मेषी और व्यवहारिक समाधान लागू करने की संभावनाएं प्रदान करते हैं, जिसमें सभी संबंधित हितधारकों को शामिल किया जा सकता है।
- **चुनौतियां (Threats):** ऐसे कारक जो चुनावी प्रक्रियाओं की निष्पक्षता के लिए जोखिम उत्पन्न कर सकते हैं।

इस विश्लेषण से उपरोक्त क्षेत्रों का एक स्पष्ट चित्रण सामने आएगा, जो प्रभावी नीतियां तैयार करने में सहायक होगा। इस रिपोर्ट के लिए एक व्यापक SWOT मैट्रिक्स को निम्नानुसार प्रस्तुत किया गया है।



## बिहार के लिए SWOT मेट्रिक्स/विश्लेषण के विशिष्ट क्षेत्र निम्नलिखित हैं:

### 1. मजबूतियाँ (Strengths):

#### a. EPIC और मतदाता सूची:

सर्वेक्षण के अनुसार, मतदाताओं के पास EPIC (मतदाता पहचान पत्र) की उपलब्धता लगभग पूरी हो चुकी है। इसी तरह मतदाता सूची के बारे में जागरूकता, नामांकन विवरण की शुद्धता और वैकल्पिक पहचान पत्रों के जानकारी का स्तर 90% से अधिक है, जो इस दिशा में महत्वपूर्ण प्रगति को दर्शाता है।

#### b. पंजीकरण:

नामांकन के लिए बीडीओ कार्यालय सबसे अधिक जाना-माना केंद्र था। पंचायत कार्यालयों और ऑनलाइन माध्यमों (जैसे VHA/VSP/CSC आदि) सहित, पंजीकरण के अन्य विकल्पों ने भी कुल मिलाकर 90% से अधिक भागीदारी दिखाई।

#### c. आपसी संवाद (Interpersonal Communication):

दरवाजे पर दस्तक (Knock the Door/हर घर दस्तक) और घर-घर माइकिंग/घोषणाओं जैसे कार्यक्रम GELS-2024 के दौरान आपसी संवाद के लिए प्रमुख साधन रहे। इन माध्यमों ने मतदान की तारीख, समय और मतदाता पर्ची के वितरण जैसे महत्वपूर्ण पहलुओं में जागरूकता फैलाने में प्रभावशाली भूमिका निभाई।

#### d. मतदान दिवस का अनुभव:

सर्वेक्षण में प्रतिभागियों ने मतदान केंद्र के स्थानों, मतदान के अनुभव और मतदान कर्मियों के व्यवहार के बारे में सकारात्मक पहलुओं का उल्लेख किया।

#### e. महिला मतदाता भागीदारी:

बिहार में महिला मतदाताओं की मतदान दर पुरुषों की तुलना में लगातार अधिक रही है, जो समावेशी चुनावों और अधिकतम भागीदारी को दर्शाती है।

### 2. कमजोरियां (Weaknesses):

#### a. पंजीकरण:

हालांकि मतदाता पंजीकरण में वर्षों से वृद्धि हुई है, लेकिन अब भी पंजीकरण दर को अधिकतम स्तर पर पहुंचाने और मतदाताओं की भागीदारी सुनिश्चित करने की आवश्यकता है। महिला पंजीकरण अभी भी बिहार के जनगणना आंकड़ों (लिंगानुपात) से पीछे है।

#### b. जागरूकता:

EPIC प्राप्त करने की प्रक्रिया, वैकल्पिक पहचान पत्र, NOTA, VVPAT, EVM पर ब्रेल जानकारी, चुनाव से संबंधित वेबसाइटों और पोर्टलों, KYC/c-Vigil ऐप आदि के बारे में जागरूकता में अभी भी सुधार की आवश्यकता है।

### 3. अवसर (Opportunities):

#### a. मीडिया उपभोग पैटर्न:

पिछले सर्वेक्षणों की तुलना में मीडिया (टीवी/रेडियो/समाचार पत्र/सोशल मीडिया/व्हाट्सएप) के दैनिक उपयोग में वृद्धि हुई है। यह आगामी चुनावों में मतदाता जागरूकता सामग्री को तैयार और प्रचारित करने का एक विश्वसनीय अवसर प्रदान करता है।

#### b. प्रक्रियात्मक कठिनाइयों को कम करना और मतदान अनुभव में सुधार:

प्रतिभागियों ने मतदान पहचान पत्र (EPIC) प्राप्त करने की लंबी प्रक्रिया और मतदान केंद्रों पर लंबी कतारों को प्रमुख कठिनाइयों के रूप में पहचाना।

#### c. बीएलओ के साथ संपर्क:

हालांकि प्रतिभागियों का बीएलओ के बारे में ज्ञान सामान्यतः संतोषजनक था, लेकिन PwD (दिव्यांगजन) प्रतिभागियों के साथ बीएलओ का संपर्क न्यूनतम पाया गया। यह समावेशी और

सुलभ चुनावों के लिए बीएलओ के संपर्क को अधिकतम करने का एक महत्वपूर्ण अवसर प्रदान करता है।

#### **d. मतदाता भागीदारी:**

प्रतिनिधि लोकतंत्र में मतदाता भागीदारी के लिए अधिकतम मतदान सुनिश्चित करना अंतिम परीक्षा है। यह सुनिश्चित करने का अवसर प्रदान करता है कि मतदाता सूची की सटीकता बनी रही एवं अधिक से अधिक संख्या में मतदाता अपने मत का प्रयोग कर सकें।

#### **4. चुनौतियां (Threats):**

##### **a. प्रभाव:**

सर्वेक्षण के अनुसार, प्रतिभागियों के उम्मीदवार चयन में पारिवारिक राय एक महत्वपूर्ण कारक थी। इसी प्रकार, हालांकि यह नगण्य था, लेकिन मतदान दर (VTR) बढ़ाने के लिए धन के उपयोग और नगद वितरण की घटनाएं भी सामने आईं। यह न केवल चुनावी अखंडता को प्रभावित करता है, बल्कि मतदाताओं की स्वतंत्र पसंद को भी बाधित करता है।

##### **b. सोशल मीडिया:**

सोशल मीडिया सूचना प्रसार के लिए सशक्त मंच होने के बावजूद, यह फेक न्यूज, गलत सूचना और दुष्प्रचार के लिए भी एक माध्यम है। सोशल मीडिया की पहुंच, गुमनामी और विनियमन की चुनौतियों को देखते हुए, यह चुनावी प्रक्रियाओं की निष्पक्षता और अखंडता बनाए रखने के लिए एक चुनौती प्रस्तुत करता है।

##### **c. वैकल्पिक पहचान पत्रों का कम उपयोग:**

मतदान केंद्रों पर EPIC (मतदाता पहचान पत्र) पर अत्यधिक निर्भरता दिखाई दी। वैकल्पिक पहचान पत्रों के बारे में जागरूकता बढ़ाई जानी चाहिए ताकि EPIC की अनुपलब्धता के कारण मतदाता मतदान से वंचित न रहें।

##### **d. मौसम का प्रभाव:**

सर्वेक्षण के अनुसार, मतदान चरणों के दौरान लू (हीटवेव) ने मतदाता टर्नआउट पर नाकारात्मक प्रभाव डाला। AMF (आश्वस्त न्यूनतम सुविधायें)में हीटवेव तैयारी को अधिक समावेशी रूप से शामिल किया जाना चाहिए ताकि इसके प्रभाव को कम किया जा सके।

#### **सुझाव (Way Forward):**

**1. नामांकन के लिए मतदाता साक्षरता अभियानों को बढ़ावा देना**

### **a) मतदाता पंजीकरण के लिए जागरूकता बढ़ाना:**

i. महिला मतदाताओं की महत्वपूर्ण भूमिका को देखते हुए, यह सुनिश्चित करना आवश्यक है कि सभी पात्र महिलाएं मतदाता सूची में नामांकित हों। महिला भागीदारी को बढ़ाने के लिए घर-घर लक्षित अभियान पर जोर दिया जाना चाहिए।

ii. केवल 13.8% प्रतिभागियों को मतदाता पंजीकरण के लिए योग्यता तिथियों की जानकारी थी, जिससे विशेष रूप से युवा और पहली बार के मतदाताओं के महत्वपूर्ण समय सीमा चूकने का खतरा बढ़ता है। एसएमएस अलर्ट, सोशल मीडिया और सामुदायिक घोषणाओं के माध्यम से लक्षित अभियानों द्वारा इन तिथियों पर जोर देना चाहिए, ताकि ससमय पंजीकरण का बढ़ावा मिल सके।

### **b) विशेष संक्षिप्त पुनरीक्षण के बारे में जागरूकता का विस्तार:**

37% प्रतिभागियों को विशेष संक्षिप्त पुनरीक्षण की जानकारी नहीं थी। इस मुद्दे को हल करने के लिए अधिक मजबूत संचार रणनीतियों की आवश्यकता है। जमीनी स्तर पर गहन आपसी संवाद अभियानों और लक्षित संदेशों के माध्यम से स्थानीय समुदायों को संलग्न करना सुनिश्चित कर सकता है कि मतदाता नामांकन या जानकारी अपडेट करने के इन अवसरों से वंचित न हों।

### **c) स्व-प्रेरित पंजीकरण को तेज करना:**

पंजीकरण बढ़ाने के लिए, स्व-प्रेरित पंजीकरण प्रक्रिया को तेज करना आवश्यक है। वर्तमान में, भारत निर्वाचन आयोग BLO-प्रेरित और स्व-प्रेरित पंजीकरण की मिश्रित रणनीति अपनाता है। हालांकि, जागरूकता की कमी के कारण कई युवा और महिला मतदाता मतदाता सूची में नामांकित नहीं हो पाते हैं। इसलिए विशेष रूप से कॉलेजों, विश्वविद्यालयों और उच्च शिक्षण संस्थानों को लक्षित करके स्व-प्रेरित पंजीकरण के लिए रणनीतियों को विकसित करना महत्वपूर्ण है।

### **d) मतदाता सूची में नाम जोड़ने हेतु चिन्हित स्थानों की व्यापक जानकारी:**

नामांकन केंद्रों के स्थानों के बारे में भ्रम संभावित मतदाताओं को नामांकन से रोकता है। प्रत्यक्ष संचार और लक्षित जागरूकता अभियानों द्वारा इन स्थानों को स्पष्ट करना चाहिए। इसके अतिरिक्त, ऑनलाइन पंजीकरण विकल्पों को बढ़ावा देकर प्रक्रिया को सुव्यवस्थित किया जा सकता है।

### **e) राष्ट्रीय मतदाता दिवस का प्रभावी प्रचार:**

राष्ट्रीय मतदाता दिवस (केवल 15.1% जागरूकता) की कम जानकारी इस अवसर को नागरिक सहभागिता और मतदाता पंजीकरण को बढ़ावा देने के लिए अप्रयुक्त क्षमता का संकेत देती है।

मीडिया, स्कूलों और सामुदायिक कार्यक्रमों के माध्यम से इस आयोजन की दृश्यता बढ़ाकर विशेष रूप से युवा और पहली बार के मतदाताओं में भागीदारी को प्रेरित किया जा सकता है।

**f) युवाओं पर केंद्रित अभियानों का विस्तार:**

योग्यता तिथियों, ऑनलाइन पंजीकरण और मतदाता नवाचारों पर केंद्रित युवा लक्षित अभियानों का विस्तार किया जाना चाहिए ताकि 18-19 वर्षीय मतदाताओं की भागीदारी बढ़ाई जा सके।

**g) कम सेवा प्राप्त क्षेत्रों में जागरूकता बढ़ाना:**

पंजीकरण के बारे में मतदाता जागरूकता बढ़ाने पर ध्यान केंद्रित करें, विशेष रूप से कम सेवा प्राप्त और दूरदराज के क्षेत्रों में। सरल और सुगम सामग्री का उपयोग करके उदासीन मतदाताओं को शामिल करने के लिए मतदाता शिक्षा कार्यक्रमों को नया रूप दें। इसमें समावेशिता सुनिश्चित करने के लिए दृश्य सहायता और संबंधित उदाहरण शामिल किए जा सकते हैं।

**h) स्थानीय आइकनों के साथ सहभागिता:**

स्थानीय आइकनों जैसे कि मैथिली ठाकुर (85.1% मान्यता) के प्रभाव को देखते हुए, भविष्य के आउटरीच प्रयासों में स्थानीय जनता से जुड़े क्षेत्रीय हस्तियों को शामिल करना प्राथमिकता होनी चाहिए। यह लक्षित दृष्टिकोण मतदाता जागरूकता अभियानों की प्रासंगिकता और प्रभावशीलता को बढ़ा सकता है।

**2. मतदान संबंधी जागरूकता में सक्रिय भागीदारी**

**a) लक्षित कार्यक्रमों का कार्यान्वयन:**

2024 लोकसभा चुनावों के लिए भारत निर्वाचन आयोग द्वारा शुरू किया गया "मेरा पहला वोट, देश के लिए" कार्यक्रम मतदान में भागीदारी बढ़ाने और पंजीकरण प्रक्रिया को तेज करने के लिए एक प्रभावी पहल थी। इस कार्यक्रम के सफल प्रभाव को देखते हुए वार्षिक विशेष संक्षिप्त पुनरीक्षण कार्यक्रम के दौरान भी इसी प्रकार के अभियानों को रणनीतिक रूप से लागू किया जाना चाहिए।

**b) नियमित चुनावी साक्षरता पहल के लिए शैक्षणिक ढांचे को मजबूत करना:**

युवा और महिलाओं की भागीदारी बढ़ाने के लिए, राज्य के शिक्षा और उच्च शिक्षा विभागों के माध्यम से चुनावी साक्षरता क्लब और चुनाव पाठशाला को नियमित रूप से संचालित किया जाना चाहिए। आगामी चुनावों से पहले पूरे वर्ष इन गतिविधियों को चलाने का प्रयास किया जा सकता है। साथ ही, ग्रामीण क्षेत्रों में VVPAT (मतदाता सत्यापित पेपर ऑडिट ट्रेल) के बारे में जानकारी प्रसारित करने के लिए चुनाव पाठशाला की प्रणाली का उपयोग किया जाना चाहिए।

**c) मतदाता जागरूकता के लिए राजनीतिक दलों के साथ सहयोग बढ़ाना:**

पंजीकरण प्रक्रिया को पारदर्शी तरीके से सुनिश्चित करने के लिए राजनीतिक दलों के बूथ-स्तरीय एजेंटों (BLA) का उपयोग किया जाना चाहिए। सर्वेक्षणों से पता चला है कि राजनीतिक दल लक्षित समूहों तक प्रभावी रूप से पहुंचते हैं। उनके और BLAs की सक्रिय भागीदारी से जागरूकता अभियान को बेहतर बनाया जा सकता है। नियमानुसार एक ढांचा तैयार किया जाना चाहिए ताकि बूथ-स्तरीय एजेंटों और राजनीतिक दलों की भागीदारी को सुनिश्चित किया जा सके।

**d) मतदान केंद्रों की स्पष्ट जानकारी:**

चुनावों से पहले विशेष संक्षिप्त पुनरीक्षण कार्यक्रम के दौरान यह सुनिश्चित किया जाना चाहिए कि मतदाताओं को उनके मतदान केंद्रों के स्थान के बारे में स्पष्ट जानकारी मिले। सर्वेक्षणों से संकेत मिलता है कि ग्रामीण क्षेत्रों में बड़ी संख्या में महिलाएं और युवा मतदाता अपने मतदान केंद्रों की जानकारी से अनजान हैं।

**e) मतदाता भागीदारी के लिए रिमाइंडर सिस्टम सक्रिय करना:**

कई प्रतिभागी यह याद नहीं कर सके कि उन्हें अपना EPIC (मतदाता पहचान पत्र) प्राप्त करने में कितना समय लगा। यह सुनिश्चित करना आवश्यक है कि मतदाता EPIC प्राप्त करने के साथ-साथ यह भी सुनिश्चित करें कि उनका नाम नवीनतम मतदाता सूची में शामिल हो। एसएमएस नोटिफिकेशन और डिजिटल प्लेटफॉर्म के माध्यम से मतदाताओं को महत्वपूर्ण तिथियों, जैसे पंजीकरण की समयसीमा और मतदान के दिन की जानकारी देने के लिए रणनीतियों को सक्रिय किया जाना चाहिए।

**f) महिला मतदाता भागीदारी और प्रवासी मतदान के लिए लक्षित अभियान:**

महिला मतदाताओं की भागीदारी में लैंगिक असमानता को दूर करने के लिए महिलाओं पर लक्षित अभियान शुरू किए जाने चाहिए। प्रवासियों के लिए ऐसे विकल्प होने चाहिए कि वे अपने मतदान स्थल से दूर रहते हुए भी अपने मताधिकार का प्रयोग कर सकें।

**g) आदर्श आचार संहिता की रिपोर्टिंग तंत्र की जागरूकता बढ़ाना (cVIGIL और KYC ऐप्स):**

मतदाता साक्षरता अभियानों में cVIGIL और KYC ऐप्स की जानकारी को अधिक से अधिक प्रचारित करने की आवश्यकता है। स्थानीय समुदायों के लिए इन ऐप्स का उपयोग सिखाने वाले प्रशिक्षण कार्यक्रम चुनावी अखंडता को बनाये रखने में नागरिक भागीदारी को बढ़ा सकते हैं।

### 3. मीडिया उपभोग अभियानों का विविधीकरण

#### a) संचार माध्यमों का विस्तार, विशेष रूप से डिजिटल मीडिया:

हालांकि 69.5% उत्तरदाता मतदाता जागरूकता सामग्री के संपर्क में थे, लेकिन उपयोग किए गए माध्यमों को विविधता देने की संभावना है। डिजिटल प्लेटफॉर्म, जैसे सोशल मीडिया, वेबसाइट और मोबाइल ऐप, युवा मतदाताओं के लिए अत्यधिक प्रभावी हो सकते हैं। डिजिटल जागरूकता अभियानों का विस्तार करते हुए पारंपरिक तरीकों, जैसे प्रिंट मीडिया और मतदाता जागरूकता वाहनों, को बनाए रखना व्यापक पहुंच और जुड़ाव सुनिश्चित कर सकता है।

#### b) डिजिटल उपस्थिति में सुधार:

पंजीकरण प्रक्रिया को आधुनिक और सुव्यवस्थित करने के लिए, इन प्लेटफॉर्मों के बारे में जागरूकता बढ़ाना और उनके उपयोग को प्रोत्साहित करना, विशेष रूप से युवा मतदाताओं और दूरदराज के क्षेत्रों में रहने वालों के बीच, पंजीकरण बढ़ाने में मदद करेगा। लगभग 46% प्रतिभागियों ने चुनाव से संबंधित वेबसाइटों का उपयोग नहीं किया या उनके बारे में अनजान थे, जो डिजिटल भागीदारी में एक महत्वपूर्ण अंतर को इंगित करता है। इन प्लेटफॉर्मों को ऑनलाइन अभियानों, स्थानीय संगठनों के साथ साझेदारी और डिजिटल साक्षरता पहलों के माध्यम से बढ़ावा देना सुनिश्चित कर सकता है कि अधिक नागरिक इन सुविधाजनक उपकरणों का उपयोग मतदाता पंजीकरण और जानकारी प्राप्त करने के लिए करें।

#### c) सोशल मीडिया सहभागिता को बढ़ाना:

केवल 40% प्रतिभागियों को बिहार के मुख्य निर्वाचन अधिकारी के सोशल मीडिया चैनलों की जानकारी थी। इसलिए, लक्षित समूहों के साथ अच्छा संचार बनाए रखने के लिए, स्थानीय और आकर्षक सामग्री के साथ सोशल मीडिया गतिविधि में रणनीतिक वृद्धि आवश्यक है।

### 4. हर घर दस्तक अभियान को मजबूत बनाना

(क) सफल संपर्क का विस्तार: हर घर दस्तक अभियान ने 81.2% मतदाताओं से संपर्क स्थापित कर प्रभावशाली परिणाम दिए हैं। इस अभियान को और अधिक संसाधनों के साथ चुनाव के महत्वपूर्ण चरणों में विस्तारित किया जाना चाहिए ताकि व्यक्तिगत संपर्क को बढ़ावा दिया जा सके, जिससे मतदाताओं का विश्वास बन सके और दूर-दराज के समुदायों को शामिल किया जा सके। यह अभियान पंजीकरण के लिए भी प्रभावी साबित हो सकता है।

(ख) बीएलओ की भूमिका को सुदृढ़ करना एवं भ्रमणों के माध्यम से अधिक से अधिक मतदाताओं को जोड़ना और उनकी भागीदारी सुनिश्चित करना: 92.9% प्रतिभागियों ने बताया कि उन्हें बीएलओ से मतदाता पंजीकरण में सहायता मिली और 99% ने बीएलओ से

सीधे जानकारी प्राप्त की। यह एक सशक्त प्रणाली को दर्शाता है। लगभग सभी प्रतिभागियों ने बीएलओ विजिट कार्यक्रम की सराहना की जिसके दृष्टिगत इसे विस्तार करते हुए इसको अधिक प्रभावशाली बनाने की आवश्यकता है। बीएलओ समुदाय-स्तर पर मतदाता सहभागिता के लिए महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। उनकी सार्वजनिक सहभागिता को बढ़ाने से मतदाता पंजीकरण और मतदान दरों में सुधार हो सकता है। बीएलओ को बेहतर मतदाता सहभागिता के लिए प्रोत्साहन दिया जा सकता है और उन्हें विभिन्न चुनावी गतिविधियों के लिए एक केंद्रीकृत समाधान के रूप में विकसित किया जा सकता है।

(ग) सामुदायिक संवाद को प्रोत्साहन: सर्वेक्षण से पता चला कि मतदाता पंजीकरण, मतदान तिथियों और भागीदारी के बारे में जागरूकता सबसे अधिक सहकर्मियों और समुदाय समूहों से प्राप्त होती है। इसलिए, ऐसे पहल जो परिवार और समुदाय नेटवर्क का उपयोग करके मतदाता जानकारी प्रसारित करें, विकसित की जानी चाहिए। परिवार-केंद्रित शिक्षा कार्यक्रमों और सामुदायिक आयोजनों के माध्यम से मतदान के प्रति जागरूकता बढ़ाई जा सकती है। बूथ-स्तर के अधिकारियों के माध्यम से इस उद्देश्य के लिए एक रूपरेखा और रणनीति तैयार की जानी चाहिए। इसके अलावा, व्यापक योजना के साथ चुनावी साक्षरता क्लब और चुनाव पाठशाला जैसी पहल को लागू किया जाना चाहिए।

#### 5. मतदाता जानकारी पर्ची (वीआईएस) वितरण में सुधार करना जारी रखना और उसे बढ़ावा देना:

यद्यपि मतदाता पर्ची मतदान केंद्र पर वोट डालने के लिए अनिवार्य दस्तावेज नहीं है, यह मतदाताओं को मतदान स्थान और समय की जानकारी प्रदान करने में महत्वपूर्ण है। डिजिटल मतदाता पर्ची जैसे लिंक साझा करना या पंजीकृत मोबाइल नंबरों पर पुश संदेश भेजना इसके वितरण को और प्रभावी बना सकता है। इस दोहरी प्रक्रिया से भौतिक मतदाता जानकारी पर्ची (वीआईएस) वितरण के माध्यम से मतदान दिवस और समय की जानकारी का प्रसार सुनिश्चित होगा।

#### 6. मतदान दिवस की व्यवस्थाओं को बेहतर बनाना:

मतदाता संतुष्टि को बढ़ाने के लिए, लंबी कतारों और बुनियादी सुविधाओं की कमी जैसे मुद्दों को हल करना आवश्यक है। उच्च जनसंख्या घनत्व वाले क्षेत्रों में मतदान केंद्रों का विस्तार किया जाना चाहिए और पानी, छाया और बैठने की सुविधा जैसे उपयुक्त प्रबंध सुनिश्चित किए जाने चाहिए।

#### 7. संपर्क प्रयासों की निगरानी और मूल्यांकन:

मतदाता शिक्षा पहलों की प्रभावशीलता का नियमित आँकलन करने के लिए तंत्र स्थापित किए जाने चाहिए। लक्षित आबादी से प्रतिक्रिया एकत्र करना रणनीतियों को बेहतर बनाने में मदद करेगा। इन कदमों के माध्यम से, चुनाव प्रक्रिया को स्वतंत्र, निष्पक्ष, सहभागी और समावेशी बनाने की दिशा में ठोस कदम उठाए जा सकते हैं।






**कोई मतदाता न छूटे**

**Parliamentary Constituency wise VTR - Lok Sabha 2019**

