

Notification No: COE/Ph.D./(Notification)/596/2026

NOTIFICATION DATE:- 17/03/2026

Name of Scholar: Tabassum Khan

Name of Supervisor: Dr. Mukesh Kumar Mirotha

Name of Department: Hindi

Topic of Research: **हिन्दी समाचार पत्र-पत्रिकाओं में विज्ञापन का बढ़ता दायरा**

पाँच बीज शब्द :

- 1.समाचार पत्र-पत्रिकाएँ
- 2.विज्ञापन
- 3.विविध सामाजिक आयाम
- 4.वेब हिंदी पत्र-पत्रिकाएँ
- 5.बढ़ता दायरा

संक्षिप्त शोध सार

मानव सभ्यता का विकास संचार के निरंतर विस्तार से गहराई से जुड़ा हुआ है। प्रारंभिक मौखिक परंपराओं से लेकर आधुनिक डिजिटल माध्यमों तक संचार के साधनों में हुए परिवर्तन ने न केवल सूचना के प्रवाह को तीव्र किया है, बल्कि समाज की वैचारिक संरचना, सांस्कृतिक चेतना और जीवन-शैली को भी प्रभावित किया है। इसी परिप्रेक्ष्य में समाचार पत्र-पत्रिकाएँ और विज्ञापन आधुनिक समाज के दो प्रमुख एवं प्रभावशाली माध्यम के रूप में उभरे हैं।

हिन्दी समाचार पत्र-पत्रिकाएँ केवल सूचना के वाहक नहीं, बल्कि सामाजिक संवाद, वैचारिक विमर्श और जनचेतना के सशक्त मंच के रूप में विकसित हुई हैं। स्वतंत्रता आंदोलन से लेकर समकालीन

समाज तक इन्होंने जनमत निर्माण और सामाजिक परिवर्तन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। इस प्रक्रिया में विज्ञापन, जो प्रारंभ में एक सहायक तत्व था, धीरे-धीरे समाचार पत्रों की आर्थिक संरचना का केंद्रीय आधार बन गया।

प्रस्तुत शोध में हिन्दी समाचार पत्र-पत्रिकाओं में विज्ञापन के बढ़ते दायरे का बहुआयामी विश्लेषण किया गया है। अध्ययन से यह स्पष्ट होता है कि विज्ञापन अब केवल सूचनात्मक माध्यम नहीं रहा, बल्कि वह उपभोक्ता की सोच, व्यवहार और आकांक्षाओं को प्रभावित करने वाला जटिल संप्रेषण तंत्र बन चुका है। यह आधुनिक समाज की आर्थिक, सांस्कृतिक और मनोवैज्ञानिक संरचना को आकार देने में सक्रिय भूमिका निभाता है।

सामाजिक दृष्टि से विज्ञापन शिक्षा, बाल-मानस, स्त्री-प्रतिनिधित्व तथा वंचित वर्गों की छवियों को प्रभावित करता है। शिक्षा के क्षेत्र में विज्ञापन ने प्रतिस्पर्धा और बाजारीकरण को बढ़ावा दिया है, वहीं बच्चों को उपभोक्ता के रूप में स्थापित किया गया है। स्त्री-छवि में जहाँ सशक्तिकरण के संकेत मिलते हैं, वहीं पारंपरिक रूढ़िवादिता और वस्तुकरण भी विद्यमान हैं। अल्पसंख्यक और वंचित वर्गों का प्रतिनिधित्व अभी भी सीमित और आंशिक है।

डिजिटल युग में विज्ञापन का स्वरूप अत्यंत परिवर्तित हुआ है। इंटरनेट और सोशल मीडिया के माध्यम से विज्ञापन अधिक लक्षित, मापनीय और डेटा-आधारित हो गए हैं, जिससे मीडिया के राजस्व मॉडल में भी परिवर्तन आया है। हालांकि, विज्ञापन पर बढ़ती निर्भरता ने पत्रकारिता की स्वतंत्रता और निष्पक्षता के समक्ष चुनौतियाँ उत्पन्न की हैं, जिससे संतुलन की आवश्यकता और अधिक महत्वपूर्ण हो जाती है।

भाषाई दृष्टि से हिन्दी विज्ञापन सरल, आकर्षक और जनसामान्य के निकट होते हैं। इनमें हिंग्लिश, लोक-प्रयोग और सांस्कृतिक प्रतीकों का प्रयोग उन्हें अधिक प्रभावशाली बनाता है। इस प्रकार विज्ञापन भाषा के विकास और परिवर्तन की प्रक्रिया में भी सक्रिय योगदान देते हैं।

समग्र रूप से यह शोध स्थापित करता है कि हिन्दी समाचार पत्र-पत्रिकाओं में विज्ञापन का बढ़ता दायरा केवल आर्थिक आवश्यकता का परिणाम नहीं है, बल्कि यह सामाजिक, सांस्कृतिक और तकनीकी परिवर्तन की जटिल प्रक्रिया का द्योतक है। अतः आवश्यक है कि विज्ञापन और पत्रकारिता के बीच संतुलन स्थापित करते हुए जनहित, नैतिकता और भाषाई संवेदनशीलता को बनाए रखा जाए, जिससे पत्रकारिता की विश्वसनीयता और सामाजिक उत्तरदायित्व सुरक्षित रह सके।