



# ज्ञानविविदा

कला, मानविकी और सामाजिक विज्ञान की सहकर्मी-समीक्षित, मूल्यांकित, त्रैमासिक शोध पत्रिका

ISSN : 3048-4537(Online)  
3049-2327(Print)

IIFS Impact Factor-4.5

Vol.-3; Issue-1 (Jan.-March) 2026

Page No. 159-162

©2026 Gyanvividha

<https://journal.gyanvividha.com>

Author's :

## 1. सुरेंद्र

सहायक आचार्य, पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, हरियाणा केंद्रीय विश्वविद्यालय, महेंद्रगढ़।

## 2. निशा

शोधार्थी, पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, हरियाणा केंद्रीय विश्वविद्यालय, महेंद्रगढ़।

Corresponding Author :

## सुरेंद्र

सहायक आचार्य, पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, हरियाणा केंद्रीय विश्वविद्यालय, महेंद्रगढ़।

## मैरिज को इंवेट बनाने में मीडिया की भूमिका

मुख्य शब्द- भारतीय संस्कृति, डेस्टिनेशन वेडिंग, इवेंट, मीडिया।  
भारतीय संस्कृति में शादी को सात जन्मों का बंधन माना जाता है। यह किसी के भी जीवन को बहुत महत्वपूर्ण पहलू है। इसलिए ज्यादातर लोग, खासकर भारतीय शादी को भव्य बनाने की कोशिश करते हैं। लोग अपनी या अपनी घर की हर शादी पर एक बड़ी राशि खर्च करते हैं। बहुत बार लोग शादी पर अपने सार्वथ्य से ज्यादा खर्च करते हैं। शादी में हर वह चीज जुटाने की कोशिश की जाती है जो शादी के लिए जरूरी लगती है ताकि शादी में किसी प्रकार की कमी ना रहे।

भारत में शादी पश्चिमी मूल्यों पर आधारित नहीं होती है और जल्दी से रिश्ता खत्म करने का चलन भी नहीं है। खासकर सनातन परंपरा में शादी दो परिवारों और आत्माओं का मिलन है। अगर हम भारतीय समाजशास्त्र की बात करें तो इसके मुताबिक भारत के इतिहास में मुख्य तौर पर आठ तरीकों से शादी करने का वर्णन मिलता है। जिनमें से 4 कानूनी रूप से सही हैं और 4 कानूनी रूप से गलत हैं। हालांकि, आज शादी करने के तौर-तरीके पहले से काफी ज्यादा बदले हैं। यह बदलाव धार्मिक रूप से होने वाली रस्मों-रिवाज में नहीं बल्कि इनके आयोजन करने के तरीकों में आया है। आज के बदलते समय के साथ शादी को आयोजित करने के नए- नए रूप सामने आ रहे हैं। मीडिया की माषा में कहें तो शादी अब एक इवेंट बन चुकी है।

इसी संदर्भ में वेडमीगुड मैरिज इंवेट कंपनी का कहना है कि कोविड-19 के बाद शादी में खर्च प्रति साल 8 प्रतिशत की दर से बढ़ा है। इसके साथ ही आजकल डेस्टिनेशन वेडिंग, थीम वेडिंग, विदेशों में शादी आदि का प्रचलन तेजी से पॉपुलर हुआ है। भारत में ही कुछ शादियां इतनी पॉपुलर रहीं कि उनकी चर्चा लंबे समय तक हुई। फिर चाहे वह अनंत अंबानी की शादी हो, सहारा के श्री सुब्रत राय के बेटों की शादी हो, अमेरिका के फार्मा टाइकून रामाराजू मंटेना की शादी हो, या वनीशा मित्तल की शादी हो आदि।

**बदल रहे हैं शादी आयोजित करने के तरीके :** कोविड-19 के बाद

शादी का तरीका पूर्ण रूप से बदल गया है। अब शादियाँ सिर्फ गाँव-शहर या बैंकचट हॉल तक सीमित नहीं हैं। अब शादियां थीम बेस्ट होती हैं। शादी के आयोजन में यह ध्यान रखा जाता है कि शादी को किस तरह से अपने जीवन और संस्कृति से जोड़ा जाए। इसके साथ ही, डेस्टिनेशन वेडिंग कॉमन ट्रेंड बन रहा है। उदयपुर, गोवा, जोधपुर, बीकानेर, जैसलमेर, मलानी जैसे स्थान इसके लिए काफी पॉपुलर हो रहे हैं। विदेशों की बात करें तो डेस्टिनेशन वेडिंग के लिए डटली, लॉस एंजिल्स, दुबई और सेशेल्स जैसे स्थान भारतीयों के बीच काफी पॉपुलर हो रहे हैं।

डेस्टिनेशन वेडिंग के बारे में वेडमीगुड कंपनी के संचालक का कहना है कि अब शादियां होती हैं तो उनमें थीम व्यक्तिगत कहानियों पर आधारित होती है। इसके साथ ही, इसमें टेक्नोलॉजी का प्रयोग बड़े पैमाने पर हो रहा है। साल 2025 में हमने देखा कि किस तरह से दक्षिण भारत में एक शादी में दुल्हे के स्वर्गवासी पिता की छवि को एआई से इस तरह बनाया गया कि उन्होंने अपने बेटे और बहू को आशाँवाद दिया। अब शादियों में टेक्नोलॉजी का प्रयोग बड़े पैमाने पर हो रहा है। इसके साथ ही उसमें एआई, और 360 डिग्री टेक्नोलॉजी का प्रयोग बड़े पैमाने पर हो रहा है। शादियों में अब इस बात का ख्याल रखा जा रहा है कि किस तरह से बेस्ट मोमेंट्स की रील बनाकर उसको पापुलर किया जाए और अपनी यादों को लंबे समय तक संजोया जाए।

इसके साथ ही शादियों में इस तरह का भी ख्याल रखा जा रहा है कि शादी में जो वीआईपी मेहमान पहुंच रहे हैं उनका संदेश विशेष तरीकों से एआर गेस्टबुक में वीडियो रिकॉर्ड हो और उनको पर्याप्त तऱज़ीह मिले। इसके साथ ही उस वीआईपी मेहमान के साथ दूल्हा दुल्हन और परिवार की फोटो और वीडियो विशेष एंगल में आएं। अभी हमने नीरज चौपड़ा की शादी में यह देखा। इसके साथ ही अब शादी के बाद होने वाले रिसेप्शन का वेन्यू भी एकदम अलग होने लगा है। अब रिसेप्शन कई जगहों पर और अलग-अलग मेहमानों के अनुसार अलग-अलग समय पर होता है। कई सेलेब्रेटीज़ जैसे रणवीर सिंह और दीपिका पादुकोण की शादी में देखा गया।

**बदल रहा है शादियों का पहनावा और खाना :** शादियों में दूल्हा-दुल्हन के कपड़ों से लेकर परिवार के सदस्यों और तो और रिश्तेदारों के कपड़ों पर भी खास ध्यान दिया जाता है। शादियों में अब हल्के रंगों का प्रयोग कम हो रहा है। इसके बजाय अब चटक रंगों का प्रयोग ज्यादा हो रहा है। शादी के अलग-अलग फंक्शन के हिसाब से परिवार और रिश्तेदार एक ही रंग के कपड़े पहनकर अपनी संस्कृति का प्रतिनिधित्व करने की कोशिश करते हैं। इसी में महत्वपूर्ण है कि द नार्ट वर्ल्डवाइड रिपोर्ट 2025 के अनुसार 97 प्रतिशत लोग मानते हैं कि शादियां खुशी देती हैं और वे उन पलों का आनंद लेना चाहते हैं। इसके साथ ही, सन 2025 में शादियों में एआई और तकनीक का जमकर प्रयोग हुआ है।

अब कपल्स शादी के हर पल की रील बनाते हैं और सोशल मीडिया पर शेयर करके इसे पॉपुलर करते हैं। अब शादी के लिये एकांत जगह को चुना जा रहा है और कपल्स ऐसी लोकेशन चाहते हैं जो ज्यादा एक्सप्लोर न की गई हो। मेहमानों के साथ भावनात्मक जुड़ाव के लिये हाथ से लिखे संदेश भेजकर उनको धन्यवाद किया जा रहा है। इसके साथ ही अब प्लॉट बड़ी नहीं होती है और बहुत सारे व्यंजन की बजाय कम व्यंजनों का चुनाव किया जाता है। स्वास्थ्य का विशेष ध्यान रखा जा रहा है। मीडिया भी शादियों में मिलेट्स को प्रमोट कर रहा है। शादियों में अब ऑर्गेनिक और केमिकल-फ्री अनाज, फल-सब्जी से बनी डिशेज के स्टॉल भी लगाये जा रहे हैं।

अब शादियों में अलग-अलग इवेंट्स जैसे संगीत आदि पर खास ध्यान दिया जाता है। दूल्हा-दुल्हन के साथ-साथ परिवार के सदस्य भी डांस परफॉर्मेंस करते हैं। खासतौर पर ऐसा गाना चुना जाता है जिस पर सारा परिवार एक साथ डांस कर सके। संगीत के लिए खासतौर से रिहर्सल होती है और तो और कोरियोग्राफर बुलाए जाते हैं। आपने बहुत सी शादियों की संगीत की रील्स सोशल मीडिया पर वायरल होती देखी होंगी। हाल ही में, नवीन जिंदल की बेटी की शादी से एक वीडियो वायरल हुई जिसमें पूरी जिंदल फैमिली एक गाने पर डांस कर रही थी। अब शादियों को पॉपुलर बनाने के लिये बड़े-बड़े फिल्मी कलाकारों को भी बुलाया जा रहा है। जिसने जितने बड़े फिल्मी लोगों को बुलाया, उसके घर की शादी उतनी ही बड़ी मानी जाती है।

शादियों में अब न सिर्फ देश से कलाकार बल्कि विदेशों से भी कलाकार बुलाये जा रहे हैं। नवंबर 2025 में उदयपुर में हुई एक शादी में जेनीफेर लोपेज और जस्टिन बीबर को बुलाया गया। कई बड़े भारतीय कलाकार भी शादी में नजर आए। इस शादी की मीडिया में काफी दिनों तक चर्चा रही।

**इवेंट का रूप ले रही हैं शादियाँ :** आज शादी को हम सिर्फ एक रस्म के रूप में नहीं मान सकते हैं। अब शादी को इवेंट के तौर पर प्लान किया जाता है और इस पर खास ध्यान दिया जाता है कि कैसे इसे पॉपुलर बनाया जाए ताकि इसकी चर्चा मीडिया के जरिए लोगों के बीच लंबे समय तक हो। बहुत से लोग तो शादियों पर पानी की तरह पैसा बहा रहे हैं। कुछ शादियों में तो मीडिया समूहों को बुलाया जाता है और काफी बार ऐसा भी होता है कि किसी प्रमुख मीडिया कंपनी या घरानों से कॉन्ट्रैक्ट किया जाता है और उस शादी को कवर करने का अधिकार सिर्फ उस मीडिया हाउस को ही दिया जाता है। इस तरह की भव्य शादी से उस व्यक्ति और कंपनी की इमेज भी जुड़ी हुई होती है। कई इंडस्ट्रियल घरानों को ऐसा लगता है कि वे भव्य शादी करके अपनी और अपनी कंपनी की इमेज को बेहतर बना सकते हैं। इसीलिये कई इंडस्ट्रियल परिवार, राजनीतिक लोग और फिल्मी हस्तियां शादी को एक इवेंट के रूप में लेती हैं।

प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रूप से मीडिया में लगातार इस तरह की शादियों को कवरेज मिलता है। जिसका सीधा लाभ कंपनी या उस व्यक्ति को मिलता है। इस बात में कोई दो राय नहीं है कि मीडिया भी मैरिज को एक इवेंट बनाने में कोई कसर नहीं छोड़ता है। मीडिया से आपको शादी के पूरे फंक्शन की एक-एक जानकारी मिलती है। कौन मेहमान हैं, क्या खाना है, किसने कपड़े डिजाइन किए हैं या डेकॉर किसने किया है- ये सब बातें मीडिया के जरिए आम लोगों तक पहुंचती हैं। इससे यह फायदा होता है कि बहुत से लोग जो इन शादियों को देखते हैं वे थोड़ा-थोड़ा करके अपने घरों की शादियों में इस तरह के पैटर्न अपनाने लगते हैं। आपने देखा होगा कि कैसे अब बहुत से छोटे शहरों व गांवों में शादी के अलग-लग फंक्शन किए जाने लगे हैं। पहले शादियों साधारण तरीके से होती थीं लेकिन अब बड़े लोगों की शादियों को फॉलो करके आम लोग भी संगीत, मेहंदी जैसे फंक्शन करने लगे हैं।

वेडमीगुड के मुताबिक अब मीडिया की वजह से शादी में भारी ज्वैलरी की बजाय फंकी ज्वैलरी का चलन तेजी से बढ़ रहा है। आज के समय में सोना और चांदी आम आदमी की पहुंच से बाहर है। इसके साथ ही, भारत में फंकी और हल्की ज्वैलरी बनाई जाती है जिसके लिये विशेष कारीगरी की जरूरत पड़ती है। भारत की पॉपुलर ज्वैलरी ब्रांड्स जैसे तनिष्क, कार्टलैन, कल्याण ज्वैलर्स, ब्लूस्टोन, मालाबार आदि। इसके माध्यम से मीडिया इन ज्वैलरी ब्रांड्स को भी पॉपुलर करने का काम करती है। इसके साथ मीडिया को भी फायदा होता है। यह हम सभी जानते हैं कि मीडिया की कमाई का एक प्रमुख जरिया विज्ञापन है और उसकी 60 से 70 प्रतिशत आय विज्ञापनों से होती है। इस तरह से जब मीडिया शादी को एक इवेंट में तब्दील करता है तो फिर लोगों को बेहतर और विशेषज्ञ सर्विस मिलती है। इसके साथ ही, कंपनियों को नये ग्राहक मिलते हैं। वह चाहे फैशन ज्वैलरी, ब्यूटी, खान-पान, या लोकेशन आदि किसी भी रूप में हो। लोग अपने बजट और समय के अनुसार सर्विस का चुनाव कर सकते हैं।

**लगातार बढ़ रहा है शादियों का बजट :** आजकल भारत में एक शादी का औसत खर्च 35 लाख रुपये आ रहा है और इस साल यह बढ़कर 40 लाख रुपये होने की संभावना है। इसी के साथ, अगर हम डेस्टिनेशन वेंडिंग की बात करें तो वेडमीगुड बेबसाइट के अनुसार इसका औसत खर्च लगभग 3 करोड़ रुपये आ रहा है और साल 2030 तक यह 5 करोड़ रुपये हो जायेगा। डेस्टिनेशन वेंडिंग को पॉपुलर करने में मीडिया की प्रमुख भूमिका रही है। अब डेस्टिनेशन वेंडिंग सिर्फ बड़े शहरों या फिर राज्यों की राजधानियों की बजाय टियर टू और टियर थ्री सिटी में भी तेजी से पनप रही है। यह मीडिया अपने विभिन्न प्रोग्राम और कवरेज के माध्यम से बताता रहता है।

मीडिया बताता है कि अब किस तरह की शादियां हो रही हैं और डेस्टिनेशन वेंडिंग में किस तरह के और क्या कुछ परिवर्तन हो रहे हैं? विशेषज्ञों का कहना है कि एक डेस्टिनेशन वेंडिंग का औसत खर्च जो साल 2024 में लगभग द्वाई करोड़ था वह साल 2030 तक 5 करोड़ रुपये हो जायेगा। एक मीडिया रिपोर्ट के अनुसार, भारत में साल 2030

तक डेस्टिनेशन वेडिंग होने की दर तीन गुना हो जायेगी। यही रिपोर्ट कहती है कि सन 2030 तक डेस्टिनेशन वेडिंग का सिलसिला सबसे ज्यादा टियर टू और टियर थ्री शहरों में बढ़ेगा। इससे होटल इंडस्ट्री में भी 15 प्रतिशत की ग्रोथ आयेगी।

मीडिया आज के समय में वेडिंग को इंवेट बनाने के लिये उसमें नये फ्लेवर ला रहा है। जिसमें प्रमुख है वेलनेस ब्रेक और सांस्कृतिक आदान-प्रदान। मीडिया अब शादी को अलग तरह से प्रमोट कर रहा है जैसे शादी के वेन्यू पर दूल्हा और दुल्हन की कहानी को बेहतर और सही तरीके से बताया जाता है। मीडिया दूल्हा और दुल्हन के कॉस्टयूम से लेकर उनके मेकअप आदि पर भी लगातार चर्चा करता है। इस तरह की शाही शादी में प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रूप से कम से कम एक हजार लोगों को रोजगार मिलता है। इसी कारण, आज देश में शादियां इवेंट बन रही हैं और इसमें मीडिया की बड़ी भूमिका है। यह मीडिया के बाजारवाद को भी शूट करता है।

### **संदर्भ ग्रंथ सूची :**

1. Manu (Trans. 1886). Manusmriti: The laws of Manu (G. Bühler, Trans.). Sacred Books of the East, Vol. 25. Oxford University Press.
2. WeddingSutra. (2025). India wedding market report 2025: Post-COVID trends in destination weddings and spending patterns. <https://www.weddingsutra.com/wedding-market-report-2025statsurgicalsupply>
3. WedMeGood. (2025). The rise of destination weddings in India: Average costs and future projections to 2030. <https://www.wedmegood.com/blog/destination-wedding-trends-2025uzdaily>
4. KPMG. (2024). Indian wedding industry report: Market size, growth, and tier-2/3 city expansion. <https://kpmg.com/in/en/home/insights/2024/01/indian-weddingindustry.html>
5. Business Standard. (2024, July 12). Anant Ambani and Radhika Merchant's wedding: A three-day extravaganza costing over ₹5,000 crore. <https://www.business-standard.com/india-news/anant-ambani-wedding-cost-2024>
6. Hindustan Times. (2025, November 15). Jennifer Lopez, Justin Bieber perform at Udaipur wedding: Inside India's most extravagant event. <https://www.hindustantimes.com/entertainment/udaipur-wedding-jlo-justin-bieber-2025>
7. Times of India. (2025, February 20). AI hologram blesses South Indian bride: Tech transforms wedding rituals. <https://timesofindia.indiatimes.com/tech/ai-hologram-wedding-south-india-2025>
8. The Knot Worldwide. (2025). Global wedding report 2025: Happiness, sustainability, and cultural fusion trends. <https://www.theknotww.com/report-2025>
9. Economic Times. (2025, August 10). Tier-2 cities drive destination wedding boom: 3x growth by 2030, hotel industry benefits. <https://economictimes.indiatimes.com/industry/services/hotels--restaurants/destination-weddings-tier2-cities-2030>

