



प्रोफेसर सुभी धुसिया

परम्परागत बाज़ार से ऑनलाइन शापिंग तक भारतीय परिवार की जीवनशैली में सामाजिक परिवर्तन

समाजशास्त्र विभाग, दीनदयाल उपाध्याय गोरखपुर विश्वविद्यालय, गोरखपुर (उ०प्र०) भारत

Received-15.05.2026,

Revised-25.05.2026,

Accepted-02.06.2026,

E-mail:subhiojuss@gmail.com

सारांश: भारतीय समाज वर्तमान समय में तीव्र सामाजिक, आर्थिक और तकनीकी परिवर्तन के दौर से गुजर रहा है। उपभोग की पारंपरिक पद्धतियाँ, जैसे— हाट, मंडी और स्थानीय बाजार धीरे-धीरे मॉल संस्कृति और डिजिटल प्लेटफॉर्म में परिवर्तित हो रही हैं। यह परिवर्तन केवल खरीदारी के तरीकों में बदलाव नहीं है, बल्कि यह पारिवारिक संबंधों, सामाजिक संरचना, सांस्कृतिक मूल्यों और आर्थिक व्यवहार में व्यापक बदलाव का प्रतीक है।

यह शोध—पत्र भारतीय परिवारों की बदलती उपभोग आदतों का समाजशास्त्रीय विश्लेषण प्रस्तुत करता है। इसमें यह स्पष्ट किया गया है कि कैसे वैश्वीकरण, उदारीकरण, तकनीकी विकास और डिजिटल क्रांति ने उपभोक्ता व्यवहार को पुनर्परिभाषित किया है। अध्ययन यह भी बताता है कि इस परिवर्तन के सकारात्मक और नकारात्मक दोनों आयाम हैं, जिनका संतुलित विश्लेषण आवश्यक है।

कुंजीशुत शब्द— हाट, मंडी, डिजिटल प्लेटफॉर्म, उपभोग संस्कृति, भारतीय परिवार, समाजशास्त्र, वैश्वीकरण, उपभोक्तावाद, ई—कॉमर्स।

प्रस्तावना— प्रस्तुत शोध आलेख का उद्देश्य ऑनलाइन शापिंग से भारतीय परिवार की जीवनशैली से आने वाले बदलाव को रेखांकित करना है।

भारत का समाज अपनी प्रकृति से बन्द और परम्परागत है। परिवर्तन शाश्वत नियम है। इस तथ्य के बावजूद 20वीं शताब्दी के अंतिम दशक तक परिवर्तन की गति तुलनात्मक रूप से कम थी। 1990 में वैश्वीकरण अपनाते पश्चात् भारत में परिवर्तन तेजी आयी। परिवर्तन को गति देने का काम त्वरित प्रौद्योगिकी ने किया, जो कि वैश्वीकरण का अनिवार्य अंग है। वैश्वीकरण के माध्यम से हम भी वैश्विक बाज़ार का अंग बन चुके हैं, इसलिए विदेशी बाज़ारों ने भारत में प्रवेश किया। यहाँ यह स्पष्ट कर दें कि वैश्वीकरण एक विशुद्ध आर्थिक प्रक्रिया है जिसके दूरगामी प्रभाव समाज के सामाजिक—सांस्कृतिक जीवन पर पड़ा। एंथोनी गिडिंस के अनुसार "वैश्वीकरण विश्वव्यापी सामाजिक सम्बन्धों का त्रिबीकरण है, जिसके द्वारा दूरस्थ स्थान इस प्रकार एक—दूसरे से जुड़ जाते हैं कि एक स्थान पर होने वाली घटनाएँ दूसरे स्थानों पर होने वाली घटनाओं को प्रभावित करती हैं।" इस परिभाषा को विश्लेषित करें तो वैश्विक समाज—संस्कृति के प्रभाव से भारतीय समाज अछूता भी नहीं रहा है। आज स्थिति यह है कि बाज़ार ने सामाजिक सम्बन्धों, परम्पराओं, जीवनशैली, खान—पान सभी को प्रभावित करके उसके मूल स्वरूप से विलग कर दिया है। विदेशी समाज और संस्कृति भारतीय समाज संस्कृति में अपनी प्रकृति से भिन्न है। भारतीय सामाजिक व्यवस्था अपनी आध्यात्मिकता, परम्परावादिता, प्रकृति से निकटता की वजह से खास थी। हमारा समाज धर्म, संस्कृति, जीवनशैली (सामूहिकता, प्रकृति से निकटता, परम्परा से लगाव, ताजा पके खाद्य पदार्थों के सेवन आदि) के आधार पर विशिष्ट है। परम्परागत बाज़ार की एक अन्य खूबी थी, क्योंकि इसमें क्रेता—विक्रेता के सम्बन्ध औपचारिक नहीं थे। यह सम्बन्ध विश्वास एवं पहचान पर आधारित सामुदायिक सम्बन्ध थे। इस समय बाज़ार हमारी आवश्यकता नहीं तय करता था वरन् व्यक्ति/परिवार की आवश्यकता ही व्यक्ति का रूख बाज़ार की ओर करती थी। अब मॉल कल्चर, ऑनलाइन बाज़ार इच्छा आदतें एवं पहचान का निर्माण कर रहे हैं। बाज़ार की प्रकृति में आया यह परिवर्तन किस तरीके से हमारी जीवन—शैली में परिवर्तन ला रहा है, इस तथ्य पर प्रस्तुत शोध पत्र में प्रकाश डाला गया है।

सैद्धांतिक परिपेक्ष्य— प्रस्तुत शोधपत्र के सैद्धांतिक आधार में Jean Baudrillard के उपभोक्ता संस्कृति सिद्धान्त (Consumer Culture Theory) को आधार बनाया गया है। इस सिद्धान्त के अनुसार ऑनलाइन प्लेटफॉर्म उपभोग की नई संस्कृति को बढ़ावा दे रहा है। अब वस्तुएँ केवल आवश्यकता की पूर्ति नहीं करती, बल्कि प्रतिष्ठा और पहचान का प्रतिक बनती हैं। इसके अतिरिक्त एंथोनी गिडिंस के "वैश्विककरण सिद्धान्त" को भी आधार रूप में स्वीकार किया गया। इसके अनुसार वैश्विक बाज़ार और स्थानीय जीवन के बीच सम्बन्ध है। ऑनलाइन शापिंग वैश्वीकरण का एक महत्वपूर्ण उदाहरण है। वैश्विक कंपनियों और ई—कॉमर्स प्लेटफॉर्मों ने भारतीय परिवार की उपभोग शैली और जीवनशैली को प्रभावित किया है।¹

भारतीय परिवारों की जीवनशैली में सामाजिक परिवर्तन— खान—पान: भारतीय समाज में भोजन का महत्व बहुत ज्यादा है। परम्परागत समाज में घर के बने शुद्ध, सात्विक भोजन को श्रेष्ठ मानते हैं। यहाँ तक की भोजन को घर से बाहर सार्वजनिक रूप से ले जाना वर्जित था। घर के भीतर रसोई में ही भोजन करने का रिवाज था, परन्तु बाज़ार ने आज भारतीय रसोई पर कब्ज़ा कर लिया है। आज की पीढ़ी पारम्परिक भोजन के स्थान पर फ़ास्ट फूड संस्कृति की वाहक बन गई है। मैकडोनाल्ड KFC, मोमो, चाउमीन रेस्तरां संस्कृति आदि उनकी दिनचर्या का अंग है। रही—सही कसर सोशल मीडिया पर रील्स ने पूरी कर दी। आज कई भारतीय रसोई सार्वजनिक "आज खाने में क्या है" हो गई है। ताज़ा खाने के शौकीन समाज में Preservative मिले चटनी, कैचप, मसाले "रेडी टू ईट" खाना उपलब्ध है। इस परिवर्तन से भारतीय गाँव भी अछूते नहीं हैं। आम दिनचर्या में शामिल मोटे अनाज अब बड़ी—बड़ी कंपनियों द्वारा महंगे दामों पर बेचा जा रहा।

भारतीय खान—पान संस्कृति में आये इन परिवर्तनों ने भोजन में विविधता, सुविधा और वैश्विक विकल्पों को बढ़ाया है, लेकिन साथ—साथ पारंपरिक खाद्य संस्कृति और कुछ स्थानीय पोषण प्रणाली को चुनौती दी है।

पहनावा— वस्त्र केवल शरीर ढकने का ही काम नहीं करता, बल्कि यह आपकी संस्कृति सामाजिक आर्थिक पहचान भी है। भारतीय पुरुष के लिए जहाँ धोती—कुर्ता का वही महिलाओं के लिए साड़ी, लहंगा—कुर्ता का प्रचलन रहा है, परन्तु आज इनकी जगह पर जींस (महिला पुरुष दोनों) टॉप, कुर्ती, डेनिम, ट्राउजर, टी—शर्ट, वेस्टर्न ड्रेस का प्रचलन बढ़ा है।

कपड़ों में ब्रांड संस्कृति का प्रचलन बढ़ा, जो कि सामाजिक प्रतिष्ठा (हैसियत) का परिचायक है। फिल्मों का प्रभाव भी युवा वर्ग के पहनावे की आदत को बदलता है। उदाहरण— साधना कट हेयरस्टाईल, माधुरी दीक्षित का "ब्लाउज डिजाईन" "चांदनी" का "लुक" सलमान खान का "ब्रेसलेट" और "लम्बे हेयरस्टाईल" चन्द उदाहरण हैं।



आज साड़ी जैसा लोकप्रिय पहनावा भी इंडो-वेस्टर्न लुक में प्रचलित हो चला है। आज परिधान सामाजिक पहचान के साथ-साथ व्यक्तिगत पसन्द का भी माध्यम है।

व्रत-त्यौहार- भारतीय समाज की उत्सवधर्मिता उनके व्रत-त्यौहार में भी मिलती है। आधुनिकता एवं बाज़ार ने इसमें भी दखल देकर व्रत-त्यौहार का व्यवसायीकरण कर दिया है।

अब ऑनलाइन पूजा या ई-पूजा का चलन आ गया है। घर से दूर रहने वालों के लिए आरामदायक है। "पूजा किट" अलग-अलग व्रत-त्यौहार के लिए अलग-अलग उपलब्ध है। ऑनलाइन राखी भी उपलब्ध है। होली, दीपावली, रक्षाबन्धन, करवाचौथ, नवरात्रि के लिए विशेष पैकेज मिल रहे हैं। नवरात्रि के दौरान "गुजरात" की शान "गरबा" हर छोटे-बड़े शहरों में आयोजित होने लगा। बाज़ार की घुसपैठ "करवाचौथ"में देखी जा सकती है। पंजाब का ये त्यौहार अब अधिकतर महिला करने लगीं। बाज़ार ने इसमें "गिफ्ट"भी जोड़ दिया।

नवरात्रि एवं गणेश पूजा के पंडालों को विशेष थीम पर सजाने की प्रतियोगिता आरही है। "पूजा" किनारे हो गई।

मदर्स डे, फादर्स डे, वेलेंटाइन डे फ्रेंडशिप डे भी उत्सव का बहाना बन गए। ई-कामर्स के माध्यम से त्यौहारों पर उपहार भेजना नई सामाजिक परम्परा बनती जा रही है।

पारिवारिक सम्बन्ध- यूँ तो आज भी परिवार महत्वपूर्ण है, परन्तु पारिवारिक सम्बन्ध इस दौर में प्रभावित हो गए हैं। यद्यपि प्रौद्योगिक के प्रभाव से पारिवारिक सदस्य दूर रहकर भी पास हैं, परन्तु इसका दूसरा पक्ष यह भी है कि परिवार में सबके पास अपना "एंड्रायड फोन" होने से सबकी अपनी दुनिया होती जा रही है।

आज परिवार व्यक्तिगत स्वंत्रता समानता का अवसर प्रदान करता है। इस वजह से महिलाओं की शिक्षा एवं रोजगार में भागीदारी बढ़ी है। अब परिवार में निर्णय लेने की प्रक्रिया अधिक लोकतान्त्रिक हो गई है। नई और पुरानी पीढ़ी के मध्य वैचारिक मतभेद बढ़ा है।

कुल मिलाकर कह सकते हैं कि बाज़ार और आधुनिकता ने पारिवारिक सम्बन्ध पर साकारात्मक एवं नाकारात्मक दोनों प्रभाव डाला है। समाजशास्त्री योगेन्द्र सिंह के अनुसार भारतीय समाज में आधुनिकता परम्पराओं को नष्ट करने के बजाय, उन्हें नए सन्दर्भ में रूपान्तरित कर रही है।⁴

युवा वर्ग पर प्रभाव- युवा किसी भी समाज की "कार्यशील जनसंख्या" है। इसलिए इनकी मनोवृत्ति में आने वाला परिवर्तन भविष्य की यह तय करता है कि युवाओं पर पड़ने वाला प्रभाव सिर्फ नाकारात्मक नहीं है, बल्कि कई साकारात्मक बदलाव भी हुए हैं, जैसे- वैज्ञानिक दृष्टिकोण, आत्मनिर्भरता, व्यक्तिगत स्वंत्रता एवं समानता आदि। नाकारात्मक मूल्यों के अन्तर्गत उपभोक्तावाद, दिखावे की प्रवृत्ति, सोशल मीडिया की लत, परम्परागत मूल्यों से दूरी जैसी समस्याएं पनप रही है।

इन आधारों पर देखें तो, वैश्विक बाज़ार और आधुनिकता ने भारतीय समाज, संस्कृति, परिवार, युवा सभी को प्रभावित किया है। प्रो० योगेन्द्र सिंह के अनुसार वैश्विक आर्थिक नीतियों, व्यापार वाणिज्य की नई सम्भावनाओं ने भी सांस्कृतिक परिवर्तन पैदा किये हैं। उपभोक्ता के प्रतिमानों और जीवनशैली में बदलाव आया है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विस्तार से वैश्विक विचारों के आदान-प्रदान की बहुत सुविधा हुई।⁵ इस वैचारिक आदान-प्रदान से संस्कृतियों-समाजों में आने वाला परिवर्तन अच्छा भी है और बुरा भी। आज के समय में हम इस वैचारिक आदान-प्रदान को रोक तो नहीं सकते, परन्तु अनावश्यक परिवर्तनों को रोकना ही होगा।

सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

1. Giddens; A.(1990), "The consequences of Modrenity, Cambridge: Polity Book.com P. 64.
2. Baudrillard; Jean (1990)- " The Consumersociety: Myths and structures (London, Sage Publication).
3. Giddens; A.(1990) "The consequences of Modrenity, Cambridge: Polity Book.com P. 64.
4. सिंह; योगेन्द्र (1973) "भारतीय परम्पराओं का आधुनिकीकरण: सामाजिक परिवर्तन का एक व्यवस्थित अध्ययन", नई दिल्ली: थामसन प्रेस (इण्डिया) लिमिटेड, पृष्ठ 328.
5. भार्गव; नरेश (2017) "वैश्वीकरण :समाजशास्त्री परिपेक्ष्य", "वैश्वीकरण: उपलब्धि या एक संकट" रावत पब्लिकेशन, जयपुर पृष्ठ 168.
