Indian Journal of Commerce, Business & Management (IJCBM)

A Peer Reviewed Research journal of Commerce, Business & Management

ISSN : 3108-057X (Online)
3108-1282 (Print)
Vol.-2; Issue-1 (Jan.-March) 2026
Page No.- 124-126

©2026 **IJCBM**
https:// ijcbm.gyanvividha.com

Author's :

Dr. Richa Yadav
Professor, Dept. of Commerce, Dr C V Raman University, Kargi road, Kota, Bilaspur (C.G).

Corresponding Author :

Dr. Richa Yadav
Professor, Dept. of Commerce, Dr C V Raman University, Kargi road, Kota, Bilaspur (C.G).

वाणिज्य का ग्रामीण एवं शहरी महिलाओं के सामाजिक और सांस्कृतिक परिवर्तन में भूमिका का तुलनात्मक अध्ययन (बिलासपुर जिले के विशेष संदर्भ में)

सारांश (Abstract) : यह शोधपत्र बिलासपुर जिले की ग्रामीण और शहरी महिलाओं के सामाजिक एवं सांस्कृतिक परिवर्तन में संचार माध्यमों जैसे टीवी, मोबाइल, सोशल मीडिया, अखबार एवं रेडियो की भूमिका का विश्लेषण करता है। अध्ययन में पाया गया कि जहाँ शहरी महिलाओं में संचार माध्यमों का प्रभाव तेज, बहुआयामी और आधुनिकता से जुड़ा है, वहीं ग्रामीण महिलाओं में इसका प्रभाव धीरे-धीरे लेकिन गहराई से देखा जा रहा है। दोनों वर्गों में सूचना, जागरूकता, निर्णय-क्षमता, रोजगार, स्वास्थ्य, तथा सांस्कृतिक व्यवहार में उल्लेखनीय परिवर्तन दृष्टिगोचर होते हैं।

मुख्य शब्द : संचार माध्यम, सामाजिक परिवर्तन, सांस्कृतिक परिवर्तन, ग्रामीण महिलाएँ, शहरी महिलाएँ।

1. प्रस्तावना (**Introduction**) : संचार माध्यम आधुनिक समाज में परिवर्तन का सबसे प्रभावशाली साधन बन चुके हैं। विशेषकर महिलाओं के सामाजिक और सांस्कृतिक विकास में इनकी भूमिका तेजी से बढ़ी है। बिलासपुर जिले में ग्रामीण व शहरी दोनों संदर्भों में महिलाओं का जीवन निरंतर परिवर्तित हो रहा है। यह शोध इस परिवर्तन की तीव्रता, रूपरेखा और प्रभाव को समझने का प्रयास है।

2. अध्ययन की आवश्यकता (**Need of the Study) :**

- ग्रामीण और शहरी महिलाओं के बीच सूचना-प्राप्ति का अंतर
- सामाजिक भूमिकाओं में बदलाव
- सांस्कृतिक प्रथाओं पर डिजिटल प्रभाव
- सोशल मीडिया आधारित नई पहचान और अभिव्यक्ति
- महिलाओं के सशक्तिकरण में मीडिया की भूमिका

3. उद्देश्य (**Objectives**) :

1. ग्रामीण और शहरी महिलाओं में संचार माध्यमों की पहुँच व उपयोग का अध्ययन।
2. संचार माध्यमों के कारण सामाजिक परिवर्तन के स्वरुप की तुलना करना।
2. सांस्कृतिक परिवर्तन (रीति-रिवाज, पहनावा, पारिवारिक भूमिकाएँ) पर प्रभाव का विश्लेषण।
3. महिलाओं के विचार, व्यवहार व निर्णय-क्षमता में आए बदलाव को समझना।

4. शोध पद्धति (**Methodology**) :

शोध प्रकार- वर्णनात्मक एवं तुलनात्मक
क्षेत्र- रु बिलासपुर जिला (छ.ग.)
नमूना- 200 महिला प्रतिभागी
100- ग्रामीण महिलाएँ
100- शहरी महिलाएँ
डेटा संग्रह- प्रश्नावली, साक्षात्कार एवं अवलोकन
विश्लेषण- प्रतिशत, तुलनात्मक ग्राफ, गुणात्मक सामग्री विश्लेषण

5. संचार माध्यम की भूमिका (**Role of Media**) :

5.1 सामाजिक परिवर्तन

(क) ग्रामीण महिलाएँ :

जागरुकता में वृद्धि (स्वास्थ्य, शिक्षा, अधिकार)
आत्मनिर्भरता व स्वरोजगार की ओर रुझान
राजनीतिक भागीदारी में सुधार (पंचायत स्तर पर सक्रियता)

(ख) शहरी महिलाएँ :

कैरियर-केंद्रित सोच में वृद्धि
लैंगिक समानता के प्रति मजबूत दृष्टिकोण
डिजिटल प्लेटफॉर्म पर सक्रिय पहचान (YouTube, Facebook, Instagram)

5.2 सांस्कृतिक परिवर्तन

(क) ग्रामीण संदर्भ :

पहनावे व जीवनशैली में परिवर्तन
विवाह व त्योहारों में आधुनिक तत्वों का मिश्रण
मीडिया द्वारा प्रेरित नई सामाजिक मान्यताएँ

(ख) शहरी संदर्भ :

वैश्विक संस्कृति का प्रभाव
पारंपरिक मान्यताओं में लचीलेपन का विकास
परिवारिक संरचना में आधुनिक मूल्य

6. तुलनात्मक विश्लेषण (**Comparative Analysis) :**

पैरामीटर	ग्रामीण महिलाएँ	शहरी महिलाएँ
मीडिया पहुँच	मध्यम	बहुत अधिक
सामाजिक परिवर्तन	धीरे-धीरे	तेज
सांस्कृतिक बदलाव	सीमित → मध्यम	व्यापक

तकनीकी उपयोग	मोबाइल/टीवी	सोशल मीडिया/डिजिटल प्लेटफॉर्म
निर्णय-क्षमता	परिवार-केंद्रित	स्व-केंद्रित एवं स्वतंत्र

7. प्रमुख निष्कर्ष (**Findings**) :

1. संचार माध्यम दोनों ही वर्गों में परिवर्तन का प्रमुख कारक है।
2. शहरी महिलाओं में प्रभाव अधिक स्पष्ट और व्यापक है।
3. ग्रामीण महिलाओं में परिवर्तन धीमी गति से, परंतु स्थायी रूप में हो रहा है।
4. स्वास्थ्य, शिक्षा, रोजगार एवं पारिवारिक भूमिकाओं में उल्लेखनीय परिवर्तन हुए हैं।
5. संचार माध्यमों ने महिलाओं में आत्मविश्वास, जागरूकता और अवसरों का विस्तार किया है।

8. निष्कर्ष (**Conclusion**) : बिलासपुर जिले में संचार माध्यमों ने ग्रामीण और शहरी दोनों ही वर्गों की महिलाओं के जीवन में सामाजिक एवं सांस्कृतिक स्तर पर महत्वपूर्ण परिवर्तन लाए हैं। सूचना-क्रांति ने महिलाओं को न केवल आधुनिक जीवन-शैली से जोड़ा है, बल्कि उन्हें सशक्त बनने के नए मार्ग भी प्रदान किए हैं। यह अध्ययन स्पष्ट करता है कि मीडिया महिलाओं के सामाजिक उत्थान का एक प्रभावी साधन है।

संदर्भ सूची (References) :

1. सिंह, रेखा (2021). भारतीय समाज में महिलाओं की भूमिका और मीडिया. दिल्ली. राज प्रकाशन.
2. शर्मा, एस. (2020). ग्रामीण महिलाओं में सामाजिक परिवर्तनष्. भारतीय समाजशास्त्र पत्रिका, 45(2), 55-68.
3. Verma, R. (2019). Media and Women Empowerment in India. New Delhi: Sage Publications.
4. Chattopadhyay, S. (2022). "Cultural Impact of Digital Media on Urban Women". Journal of Social Studies, 18(3), 112–128.
5. Government of India (2021). National Family Health Survey (NFHS-5). Ministry of Health and Family Welfare.
6. Bhardwaj, P. (2023). "Women and Communication Technology in Central India". International Journal of Sociology, 9(1), 44–59.

•