Journal of Research and Development
Peer Reviewed International, Open Access Journal.
ISSN : 2230-9578 | Website: https://jrdrvb.org Volume-17, Issue-10| October - 2025

Original Article

मोबाईल व टीव्हीवरील जाहिरातींचा कौटुंबिक सदस्यावर होणाऱ्या परिणामांचा चिकित्सक अभ्यास

डॉ. हेमंत सुभाष कोळी
MSW, MPhil, PhD.
Email: koli.hemant@rediffmail.com

Manuscript ID:
JRD -2025-171042
ISSN: 2230-9578
Volume 17
Issue 10
Pp. 200-202
October. 2025

Submitted: 20 Sept. 2025
Revised: 30 Sept. 2025
Accepted: 15 Oct. 2025
Published: 31 Oct. 2025

सारांश

प्रस्तुत संशोधन डिजिटलाईज जाहिरातीमुळे कौटुंबिक सदस्यांवर होणारा परिणाम अभ्यासणे यावर आधारित आहे. सदर संशोधनासाठी ११ ते १६ या वयोगटातील विद्यार्थी व त्यांचा पालकांचा, अनुसूची व निरीक्षणाद्वारे अभ्यास केला असता असे दिसून येते कि, विविध जाहिराती बघून विद्यार्थ्यांद्वारे खाद्यपदार्थ, कपडे, नवीन स्मार्टफोन, दोनचाकी गाडी या सारख्या अनेक प्रकारच्या वस्तूंची मागणी वाढली आहे. यामुळे इंटरनेटवर सतत सुरु असलेल्या जाहिरातींचा परिणाम बहुतांश विद्यार्थांवर होतांना दिसून येतो. त्यामुळे विद्यार्थांची मागणी पालकांनी पूर्ण न केल्यास विद्यार्थी चिडचिडेपणा,विसंवाद, हट्टीपणा करतात. परिणामी पालकांचे, मुलांच्या हट्टीपणामुळे अनावश्यक खरेदीचे प्रमाण वाढलेले दिसते. त्यामुळे सामान्य कुटुंबातील आर्थिक स्तर खालावत असल्याचे पालकांचे तथ्यातून दिसून येते.

प्रस्तावना

मानवी जीवनातील आजपर्यंतच्या इतिहासातील सर्वात मोठी क्रांती इंटरनेट आणि सोशल मीडिया आहे. सोशल मीडिया ने संपूर्ण जगाला जवळ आणले आहे. सोशल मीडिया हे एक संगणक पद्धतीवर आधारित तंत्रज्ञान आहे, जे वर्चुअल नेटवर्क आणि ग्रूप निर्माण करून त्या माध्यमातून विचार आणि स्वनिर्मित कन्टेन्ट ला देवाणघेवाण करण्याची सुविधा प्रदान करते. सोशल मीडिया चे अनेक प्लॅटफॉर्म आहेत. भारतासह जगभरात व्हाट्सअप, फेसबुक, युट्यूब, इंस्टाग्राम आणि Twitter इत्यादी सोशल मीडियाचे विविध प्रसिद्ध प्लॅटफॉर्म आहेत. या उपरोक्त इंटरनेटवर आधारित तंत्रज्ञानाचा वापर करून म्हणजेच मोबाईल, टॅबलेट आणि संगणक अशा यंत्रांचा वापर करून सोशल मीडिया द्वारे प्रदान केलेल्या सेवांचा आस्वाद अगदी सहज रित्या घेतांना प्रत्कार्षाने दिसत आहे.

सोशल मीडियामुळे आज ज्ञानाच्या कक्षा रुंदावत चालल्या आहेत, असे म्हटल्यास वावगे ठरणार नाही. याद्वारे एक वेगळी आणि विस्तृत देवाणघेवाणीची संस्कृती उदयास आली आहे. आणि तीच संस्कृती आजच्या विद्यार्थ्यात तथा युवकात रुजू होऊ पाहत आहे. कोविड सारख्या महामारीत शाळा महाविद्यालय बंद झाल्याने मुलांचे शिक्षण ओनलाईन सुरु झालेत, त्यामुळे मुलांचे बाहेरचे खेळ बंद झालेत अगदी लहान मुलांपासून तर मोठ्या वयापर्यंतची मुले तासनतास मोबाईलवर विविध शेक्षणिक अप, गेम्स, कार्टून्स, या बरोबरच मनोरंजनासाठी FB, Twitter, YouTube सारख्या विविध सोशल मिडीयाचा वापर सतत करित असल्याचे पालकांना दिसून येतात. कालपर्यंत वाचन कमी करीत असणारी पिढी आज दिवसातील बहुतांश वेळ टॅबलेट, मोबाईल, टीव्ही, आणि संगणकाच्या माध्यमातून सोशल मीडिया या डिजिटल प्लॅटफॉर्म मध्ये गुरफटलेली दिसून येते.

Creative Commons (CC BY-NC-SA 4.0)
This is an open access journal, and articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International Public License, which allows others to remix, tweak, and build upon the work noncommercially, as long as appropriate credit is given and the new creations ae licensed under the idential terms.

Address for correspondence:
डॉ. हेमंत सुभाष कोळी, MSW, MPhil, PhD.

How to cite this article:
कोळी, . हेमंत . सुभाष . (2025). मोबाईल व टीव्हीवरील जाहिरातींचा कौटुंबिक सदस्यावर होणाऱ्या परिणामांचा चिकित्सक अभ्यास. Journal of Research and Development, 17(10), 200–202.
https://doi.org/10.5281/zenodo.17646909

Quick Response Code:
Website:
https://jrdrvb.org/
DOI:
10.5281/zenodo.17646909
OPEN ACCESS

Journal of Research and Development
Peer Reviewed International, Open Access Journal.
ISSN : 2230-9578 | Website: https://jrdrvb.org Volume-17, Issue-10| October - 2025

AI डिजिटल क्रांतीमुळे जगभरात विविध प्रकारची उत्पादने, मनोरंजनाची साधने सहज ओनलाईन प्लॅटफॉर्मवर अनेक मार्केटिंग कंपन्याद्वारा मोबाईल व टीव्हीवर इंटरनेट च्या माध्यमातून जाहिरातीद्वारा वस्तू सहज उपलब्ध आल्या आहेत. त्यामुळे रोज व सहजतेमुळे होणाऱ्या आकर्षक जाहिरातीच्या सततच्या माऱ्यामुळे अनेक वस्तू ज्यांची आवश्यकता नसते अश्या वस्तू पाल्याद्वारा मागविल्या जातात, त्यामुळे विनाकारण खर्च होतो. Mantra, Flipkart, Amazon, सारख्या विविध व्यावसायिक नेटवर्किंग साइट्सवरील आकर्षक विविध झळकणाऱ्या जाहिरातीमुळे मुळे कपडे, बूट, मोबाईल, नवीन स्मार्टफोन, इलेक्ट्रिक दोनचाकी गाडी अशा विविध वस्तूंबरोबर झोमोटो, डोमोनाज सारख्या साइट्सवरून फिझ्झा, बर्गर, जेवणासारखे विविध रुजकर खाद्यपदार्थ घेण्यासाठी पालकांकडे हट्ट करतात. त्यामुळे पालक नाईलाजाने मुलांच्या हट्टाखातर काही वस्तू घेऊन देतात, परंतु तेवढ्याने मुलांचे समाधान होत नाही. कारण दरोरोज नवीन नवीन वस्तू व विवीध मिळणाऱ्या ऑफरच्या जाहिरातीमुळे सतत मागणी करतात. व पालकांनी त्यांची मागणी नाही मान्य केली कि मुले चिडचिडेपणा,विसंवाद, अति हट्टी बनतात. या हट्टामुळे घरातील कौटुंबिक स्वास्थावरही विपिरत परिणाम होतो, त्याचबरोबर घरात वाद- विवाद होण्याची शक्यता असते, पैशांचा अपव्यय होतो, या सर्वांचा परिणाम कुटुंबावर होत असल्याचे पालकांनी मत नोंदविले आहे.

उद्देश

मोबाईल व टीव्हीवरील जाहिरातींचा कौटुंबावर होणारा परिणामांचा अभ्यास करणे.

गृहीतकृत

कुटुंबात अनावश्यक खरेदीचे प्रमाण वाढले असून त्यामुळे कुटुंबातील आर्थिक स्तर खालावत असल्याचे दिसून येते.

संशोधन आराखडा, नमुना निवड, पध्यती व तंत्रे

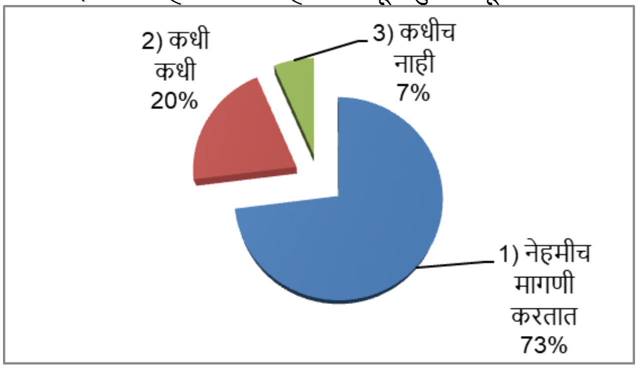
प्रस्तुत संशोधनासाठी महाराष्ट्रातील जळगाव या शहराची निवड करण्यात आली असून सदर संशोधनासाठी शहरातील १० शैक्षणिक संस्थांमध्ये शिकत असलेल्या प्रत्येकी २०विद्यार्थीच्या पालकांचा अभ्यास करण्यात आला, थोडक्यात एकूण २००विद्यार्थीच्या, पालकांचा अभ्यास केला असून त्यासाठी **(Cluster Sampling)** नमुना पद्धतीचा उपयोग करून तथ्य संकलन करण्यात आले. प्रस्तुत संशोधन करतांना वर्णनात्मक व अंशतः निदनात्मक आराखाड्याचा आराखड्याचा उपयोग केला.

प्रस्तुत तथ्ये संकलनासाठी मुलाखत अनुसूची, निरीक्षण व द्वितीय तथ्यांचा आधार घेण्यात आला आहे.

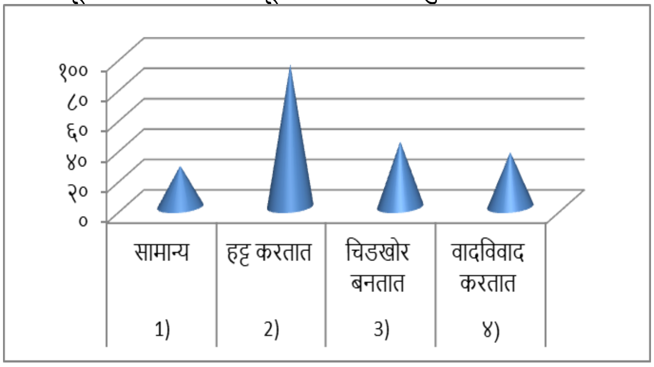
तथ्य व निर्वेचन

सोशल मिडीया व मोबाईलवरील जाहिरातींचा कौटुंबातील सदस्यांवर होणारा परिणाम.:

मोबाईल व टीव्हीवरील जाहिराती बघून मुले वस्तूंची मागणी करतात ?



जाहिराती बघून मागितलेल्या वस्तू न मिळाल्यास मुलांची प्रतिक्रिया काय असते?



Journal of Research and Development
Peer Reviewed International, Open Access Journal.
ISSN : 2230-9578 | Website: https://jrdrvb.org Volume-17, Issue-10| October - 2025

निष्कर्ष

ओनलाईन प्लॅटफॉर्मवरील, जाहिराती बघून बहुतांशी मुले वस्तूंची मागणी नेहमीच करतांना दिसून येतात. तर मागितलेली वस्तू नाही मिळाल्यास मुले हट्टीपणा, चिडखोर बनू शकतात याचे प्रमाण अधिक आहे. या सर्वांचा परिणाम कौटुंबिक स्वास्थावर व मुलांच्या शैक्षणिक, मानसिक प्रगतीवरही होत असल्याचे निदर्शनास येते. त्यामुळे विविध वस्तूंची मागणी सात्यत्याने होत असल्यामुळे मुलांच्या हट्ट -आग्रहास्तव पालक, नाईलाजास्तव वस्तू घेऊन देतात, त्यामुळे पालकांना गरज नसलेल्या वस्तू विकत घेण्याचे प्रमाण सर्वाधिक असल्याचे निदर्शनास येते. अनेकदा आकर्षक जाहिरातींना बडी पडून अनावश्यक वस्तू हि खरेदी केल्या जातात त्यामुळे पैशाचा अपव्यय होतो. परिणामी यामुळे कुटुंबातील आर्थिक स्तर खालावत असल्याचे पालकांच्या मतानुसार दिसून येते. उपरोक्त विवेचनावरून असे निदर्शनास येते कि, जाहिरातींचा कौटुंबातील सदस्यांवर नकारात्मक परिणाम होत असल्याचे दिसून येते.

सूचना

सोशल मिडीयाच्या वापरासाठी वयोमर्यादा निश्चित करण्याचे सरकारने विचार करून त्यासाठीचे नियम करायला पाहिजे. उदा. गाडी चालविण्याचा परवाना, मद्यप्राशन करण्यास वयाची अट इ.

मुलांना व्यक्तिगत आयुष्याबरोबर कौटुंबिक, सामजिक, देश हिताचे काय चांगल आहे आणि काय नाही हे ठरवण्याची पूर्णपणे परिपक्वता नसल्यामुळे पालकांनी सदेव्य मुलांशी मैत्रीपूर्ण व्यवहार करून कौटुंबिक परिस्थती, वस्तूंची आवश्यकता व शिक्षणाचे महत्व याबाबत सकारात्मक चर्चा करून मुलांना यशस्वी होण्यासाठीचे मूलमंत्र द्यायला पाहिजे

संदर्भ:

1. www.bhashanmarathi.com
2. Gorde Mahesh, Social Development through Digital India.ISSN 2231-0096
3. https://www.google.com/
4. https://epaper.lokmat.com/
5. https://www.loksatta.com/lokprabha/liquor-drinking-habit-1117005/
6. www.loksatta.com
7. https://marathi.abplive.com/n
8. https://marathiword.com/social-media-information-in-marathi/
9. https://maharashtratimes.com/
10. https://news18marathi.com/
11. https://nashik.gov.in/
12. https://pudhari.news/
13. www.shodhganga.inflibnet.ac.in
14. www.wikipedia.org
15. https://zpnashik.maharashtra.gov.in/
16. https://zpnashik.maharashtra.gov.in/
17. Vaskar Alka, TV & Mule, Unmesh Prakashan Pune.
18. Aaglave Pradip, Samajik Sanshodhan Padhyati v Tantre, Vidhya Prakashan, Nagpur.
19. Bodhankar Sudhir, Samajik Sanshodhan Padhyati, Sainath Prakashan, Nagpur
20. https://webandcrafts.com/blog/social-media-advantages-and-disadvantages
21. https://hi.milesweb.in/tutorials/shuruaati-guide/social-media-kya-hai/
22. https://www.prabhatkhabar.com/state/bihar/siwan/advantages-and-disadvantages-of-social-media
23. https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/advantages-and-disadvantages-using-social-media
24. https://saamtv.esakal.com/lifestyle/the-use-of-social-media-is-harmful-lets-know-its-disadvantages-and-ways-to-avoid-it-ac89
25. https://www.samarpanhealth.com/blog/the-impact-of-social-media-on-anxiety-how-to-disconnect-and-reconnect-with-reality
26. https://navbharattimes.indiatimes.com/lifestyle/family/side-effects-of-social-media-usage-in-kids-how-to-control-it/articleshow/111653750.cms
27. https://www.aajtak.in/india/news/story/social-media-addiction-is-causing-tension-in-the-world-why-do-governments-want-to-log-out-children-ntcpas-dskc-2136114-2025-01