सकाळ

हॅप्पी पेरेंटिग : ब्रॅंडेड बालपण !

डॉ. सुनील गोडबोले, बालविकास तज्ज्ञ.

सकाळ: कुटुंब (04 November 2023)

सध्याचं जग हे जाहिरातीचे युग झालं आहे. त्यात जाहिरात करताना विशिष्ट ‘ब्रॅंड’ कसे आपल्या डोक्यात घुसवले जातील, यांचा प्रयत्न होतो. त्यात नव्वद टक्के जाहिराती एकतर स्त्रियांकडून किंवा मुलांकडून केल्या जातात. त्यातही लक्षात आलंय, की मुलं- त्यातही छोटी बाळं, शिशूवयातील चिमुरडी मुलं ही सगळ्यात यशस्वी ‘ब्रॅंड अँबेसडर’ बनतात. आता ‘मुलां’नी जाहिराती करणं योग्य आहे का?, कमी पैशांत काम करून घेतलं जातं, आपल्या पाच सेकंदांच्या मॉडेलिंगमधून आपल्या मुलीत उद्याची सुपरमॉडेल किंवा हिरोईनची स्वप्नं बघणारे स्वप्नाळू पालक या विषयात न शिरता ‘ब्रॅंडिंग’चा मुलांच्या बालपणावर काय परिणाम होतोय, हे बघूयात!

१. मुलांचं ‘खेळणं’ आता ब्रॅंडेड कथासूत्रांवर व सोशल मीडियावर आधारित व्हायला लागलंय. बार्बी बाहुलीबरोबर संपूर्ण घर, कपडे इत्यादी सगळं एकत्रितपणे मांडलं जातं आणि त्यातून खेळायचं कसं हेही

डोक्यात घुसवलं जातं. पुढच्या काळात ती बार्बी मुलींच्या सौंदर्याबद्दलच्या कल्पनाही (चुकीच्या असल्या तरी) ठरवते! अर्थातच भातुकलीच्या खेळातील कल्पनाविश्व, वाट्या-चमचे-चणे-फुटाणे आणि स्वतःला व्यक्त करण्याच्या प्रयत्नांना संधीच मिळत नाही.

२. 'विशिष्ट ब्रँडचे कपडे' - अगदी आतल्या चड्डीपासून टी-शर्टपर्यंत, डोक्याच्या तेलापासून पायातल्या शूजपर्यंत- हे इतक्या प्रभावीपणे मुलांच्या गळी उतरवलं जातं, की मग 'बालहट्टापोटी' हे सगळं घरात येतं, इतकंच नाही तर 'स्टेटस - सिंबॉल' बनतं. याचा थेट परिणाम कॉलेजमधल्या मुलामुलींच्या 'ब्रँडच्या' अतिरेकी वेडात दिसून येतो.

३. मुलांना समोर ठेवून केलेलं ब्रँडिंग फक्त कपडे-खेळापर्यंत थांबत नाही, तर आयुष्याच्या प्रत्येक क्षेत्रात- विशेषतः शिक्षण क्षेत्रातही घुसलं आहे. विशिष्ट ब्रँडच्या क्लासमध्ये शिकलं, की तुम्ही डॉक्टर-इंजिनिअर होणारच, असा आभास निर्माण केला जातो. मग त्यातून शिक्षण प्रचंड महाग होत जातं आणि त्याहीपेक्षा महत्त्वाचं म्हणजे मुलांच्या स्वतःहून अभ्यास करण्याची क्षमता विकसितच केली जात नाही.

४. सगळ्यांत काळजीची गोष्ट म्हणजे 'जगण्याची मूल्यं' सुद्धा ब्रँडिंगच्या आक्रमणात हरवून जातात. यात दुर्दैवानं 'जे दिसतं तेच खरं' असं समजणारी बालबुद्धी आणि झापडं लावलेलं प्रेमळ पालकत्व त्याला बळी पडतात आणि मुलांचं बालपणच 'ब्रँडेड' बनायला लागतं.

पालकमित्रांनो, प्रत्यक्षात प्रत्येक मूल - त्याच्या/तिच्या क्षमता, भावना, व्यक्त करण्याच्या पद्धती - हाच एक 'युनिक ब्रँड' आहे... तो जोपासला पाहिजे!

(लेखक ज्येष्ठ बालविकासतज्ज्ञ आहेत.)

www.chiranjeevgodbole.com