

Малишани и њихово друштво: брендирана одећа и играчке

РЕАЛНЕ ПОТРЕБЕ ИЛИ СТАТУСНИ СИМБОЛИ

Приближавају се празници када одрасли малишанима кују одећу и играчке. Инсистирање родитеља на брендираном играчкама или одећи још на најмлађем узрасту биће утиче на њихов развој и искуство које ће са собом понети кроз читав процес одрастања

Свима је позната изрека „одећа не чини човека”. Можда овој изреци треба додати: „али, не чини ни дете”. У савременом друштву родитељи се често жале на губитак „правих вредности”, на потрошачко друштво, на

ку групу, па чак и у вртићу. Само у изузетним случајевима, односно када је већина малишана у вршњачкој групи обучена на сличан начин, делимично се може разумети родитељска потреба да њихово дете буде обучено као и остала деца. Мисле да ће тако бити боље уклопљено и избећи негативно етикетирање. Међутим, чињеница је да не постоји нити једна вршњачка група где родитељи све присутне деце имају могућности да купују искључиво брендирану одећу.

У новије време и играчке и одећа су симболи материјалног статуса. Скупцењом одећом своје деце родитељи покушавају да покажу свој материјални статус (ко ће у комшилуку имати највећу кућу, односно чије ће дете имати најскупљу одећу, најатрактивније играчке и слично).

Овде је готово по правилу случај неостварених жеља родитеља у њиховом детињству. Родитељи верују да оно што је њима недостајало могу сада приштити свом детету, а да ће малишанима то значити онолико колико би значило њима. Међутим, деца живе у садашњем тренутку, имају своје потребе и жеље које ни по чему не морају бити налик жељама одраслих.

Све чешћа појава је и „куповина” друге деце. Када је одређеном децем узрасту популарна ова или она серија или цртани филм (Бен Тен, Трансформерси и сл.), све у вези са тим ликовима постаје веома популарно и код деце. Они се лако поистовете са сво-

Тако, етикета на мајици постаје разлог за добро или лоше расположење онога ко ту мајицу носи.

Популарност малишана у њиховом окружењу било да се ради о вртићу, или у оквиру друштва код куће у многоме зависи од одраслих. Дакле, учините дете популарним у друштву тако што ћете га мотивисати да се „лепо дружи”. Научите га да понуди своју подршку ако му се учини да је неко тужан, да негује своја другарства, да буде популарно по томе што ће само оно имати одређена знања или одређене вештине или таленте. Подржите индивидуалност свог детета уместо да негујете став да жели да личи на осталу децу из свог вртића или школе.

Оно о чему треба одрасли да воде рачуна су и играчке, које тако-



љена играчка генерацијама девојчица стално добија „додатке”. (Кућни љубимци, опрема за кућу, базен, одећа за куповину, одећа за живот на фарми...).

Слично је и са играчкама за дечаке. Наиме, док је ранијих година било релативно лако подмирити њихове потребе за суперхеројима (Бетмен, Спајдермен...) јер они нису имали велику количину пропратне опреме, садашњи хероји

где искључива жеља да имају исто што и њихови другари? Немојте удовољавати свим дечјим жељама. Нису све жеље подједнако важне, нити сте ви обавезни да их увек испуњавате. Напротив. За правилан развој детета неопходно је да постоје одређене границе и критеријуми дозвољеног и недозвољеног понашања, и вредности које увек утврђујете ви.

Критеријуми се не мењају. Добра играчка је у исто време забавна, едукативна, дуготрајна (квалитетне израде). То су критеријуми добре играчке који се не мењају већ генерацијама. Односно, она може бити бренд, али и не мора.

Играчке утичу на дечји развој. У зависности од тога које играчке су у питању, оне могу представљати друга (саиграча), мотивисати на размишљање, подстицати истраживање, продужавати концентрацију, оплемињавати дете. С обзиром на то да су важни покретачи развоја, погрешно је дете обасипати скупцењим играчкама с којима готово да неће ни моћи да се игра. Наиме, ако сте ви оптерећени новцем којим сте играчку платили, стално ћете га опомињати да пази како се игра да је не би поломио. На овај начин, играчка за њега нема значај играчке већ више скупцењог предмета.

Уместо тога, омогућите свом детету да се кроз игру забавља, учи, истражује.

Да ли ће то чинити брендираним играчкама у брендираној одећи, није важно све док ви, као дететови највећи узор, бренд не глорификујете и док не заборављате да свом детету пренесете неке дуготрајније и важније вредности за здраво одрастање.

Јелена Холцер, педагог



ДЕТЕ ТРАЖИ

Веома се често може чути и чувено „Дете тражи”. Ова реченица постаје саставни део многих родитељских оправдања. Наизглед, помислило би се да они сваку дететову жељу доживљавају као неопозиви разлог за испуњавање. С друге стране, многе друге дечје жеље (на пример, да проводе више времена са мамом и татом, да се нечега заједно играју, да и оно има право на своје мишљење...) уопште не уважавају, тачније, сасвим игноришу. Другим речима, не купују они детету брендирану одећу или играчке јер их „дете тражи” већ да би испунили неки свој лични интерес. Готово сваки родитељски састанак у вртићу посвећен је, између осталог, управо и неизбежним препорукама родитељима да је за правилан развој њихових малишана да што више времена проводе у заједничком дружењу.

лоше узор које њихова деца имају. С друге стране, заборављају да су управо они највећи узор својој деци у оном узрасту када је утицај узора највећи. У старијим разредима основне школе родитељи више не представљају примарне узор, али у зависности од основних модела вредности које су до тада „усадили” у дете зависе сви наредни узор. Инсистирање родитеља на брендираним играчкама или одећи код деце још на најмлађем узрасту битно утиче на њихов развој и искуство које ће са собом понети кроз читав процес одрастања.

Зашто родитељи купују деци брендирану одећу? Уколико је брендирана одећа синоним за квалитетнију одећу постоји велико оправдање за њену примену. По принципу „нисам толико богат да бих куповао јефтине ствари”, родитељи радије бирају да купе неколико квалитетних одевних предмета него велики број оних, за такозвану „једнократну употребу”. Нажалост, разлози за куповину овакве одеће најчешће су друге природе: уклапање у вршњач-

јим омиљеним јунаком. Када у том вршњачком окружењу неко дете „искочи” па има много детаља, одеће, играчака као и одређени тренутно актуелни херој, и то дете постаје популарније у својој групи. Неретко, други родитељи се тада осете „прозвани” па брже-боље и они купују сличне ствари својој деци, да би и оно постало популарно у свом друштву.

Последице оваквог размишљања и понашања одраслих су далекосежне. Највећа последица инсистирања на бренд одећи јесте формирање погрешног става да је бренд одеће критеријум за процену квалитета особе. Уколико кроз атрактивну одећу почне да процењује било своје вршњаке било себе самог – сасвим је сигурно да дете неће имати прилике да развије одговарајуће социјалне односе. Наиме, деца обучена по последњој бренд моди могу бити, али ни не морају бити добре особе и одговарајуће друштво нашим малишанима. Опасност представља и када је слика о себи самом обојена брендом.

ГОРКЕ ЛЕКЦИЈЕ

Шта је заиста важно за дечју одећу? Да буде уредна, односно чиста. Оно на шта васпитачи стално упућују је хигијена најмлађих, али су ту и препоруке да их треба осамосталити како би већ од предшколског узраста научили да брину о својој одећи. То значи да ће умети да своју прљаву одећу одлаже на место које је у вашој породици предвиђено за то, а да ће своју чисту одећу уредно слагати у орману.

Кад је реч о одећи она мора изнад свега да буде комотна. Ако сте неки дечји одевни предмет скупо платили, и ви и дете бићете оптерећени тиме да се он не сме испрљати. На овај начин утичете на дете да се понаша према некој мајци или хаљини с већим поштовањем и обзривошћу него према својим потребама. Наиме, многа деца која искусе силу мамине љутње јер су испрљали неку скупцењу мајицу или хаљину – науче ову горку лекцију, па се у следећим ситуацијама које носе ризик прљања ни не упуштају у игру са вршњацима.

је не треба да буду „статусни симбол”, а које ће деца пожелети, а да заправо не знају њима ни да се играју. Некада су брендиране играчке подразумевале одређеног произвођача, познатог по доброј изради играчке, еколошким бојама, квалитетним материјалима, поштовању педагошких норми каква треба да буде добра играчка... Данас, међутим, произвођачи праве играчке по актуелним узорима из цртаних филмова или света музике. Оне постају нове, брендиране играчке. Међутим, сваки од тих ликова подразумева веома велики асортиман пропратне опреме. Чак и чувена лутка Барби која је оми-

имају. Тако, играчке Бен Тен колекције подразумевају не само лутку Бен Тен-а већ и његов чувени сат који га претвара у десетак других облика (углавном чудовишта), као и сваки од тих облика посебно... Такође, постало је уобичајено и да сваки нови филм који је намењен деци истовремено на тржиште „избаци” и низ пропратних елемената. Тако, један од новијих анимираних филмова „Како дресирати свог змаја”, подразумева многе играчке змајеве из овог филма, али и читаво насеље и људе који су у овом филму приказани.

Где су у свему овоме жеље малишана, њихови реални афинитети, а