



А од кума – “ер макс”!

(Родитељ & дете, децембар 2010.)

У Србији, земљи у којој је састављање краја са крајем нејупражњаванија спортска дисциплина, спортске патике постале су важније од живота. Клинци просто “цркавају” за прескупим “Ер макс” моделима који су многе родитеље отерали у банкрот. Парадоскално, иако смо на европском зачељу по зарадама, из неког разлога успевамо својој деци да приуштимо патике које просечан родитељ на Западу ни у сну не би могао или хтео да плати. Шта се то дешава, јесмо ли постали чудотворци који су у стању да из празног новчаника искеширају за најновији модел „Ер макс“ или смо само у стању и да гладујемо како би дошли у посед српског статусног симбола број један? Откуд ова патикоманија, зашто то радимо и зашто баш патике? И шта са дететом које моли, плаче, па чак и прети да ће се обесити ако му родитељи не купе најновије „ерке“?

Србија је остала без ваздуха, све отишло у “Ер макс” – шала је која кружи међу млађом популацијом, добро упућеном у значај који ове патике данас имају у Србији. И заиста – где год да се човек окрене, наилази на децу обувену у овај модел. “Јуче у Кнез Михајловој ја и жена смо бројали - од 100 клинаца (од 13 до 20 година) њих 76 је носило најке!” пише на једном од форума посвећених феномену “ерки”, “максерица” или “максара” како их клинци зову. Залуђеност младих овим патикама достигла је невероватне размере – од учења ради награде у виду патика, преко уцењивања родитеља, до тога да се у школи не једе јер се џепарац од ужине штеди за куповину патика, одрицања од летовања и узимања сезонских послова не би ли се прикупио новац за „максаре“. Они који се још нису дочепали свог пара обилазе радње и испробавају патике, сликају се у њима и фотографије каче на „Фејсбук“ како би одали утисак да их ипак поседују.

Одмах се разграбе

Да Србија гаји неку посебну везу са одређеним спортским брендovima говори и податак

да је српски дистрибутер Најк-а једини у свету два пута добио признање за најбољег дистрибутера „Најкија“ за 2008. годину на територији Европе, Блиског истока и средње Африке, а ту територију чини 67 земаља. И док Американци својој деци плаћају патике 15 до 20 долара, у Србији родитељи за патике дају и по 200 евра.

У “Ћак спорту”, ланцу продавница у којима се могу набавити ови најтраженији модели, кажу да не могу довољно да се навузе патика, колико брзо се оне продају. Као алва иду управо најскупљи модели, који коштају око 16.000 у величинама за старије основце, 7.000 за млађу децу, а за бебе, од броја 20 навише, читавих 5.000 динара. Попут неке трајне вредности, минијатурне најкице које беба обично обује неколико пута пре него што их прерасте све више се поклањају за крштење или први рођендан, као што се раније поклањало злато. Кићење златним минђушама или наруквицама као да више није у моди – скупе и реално беспотребне патикице шаљу много уочљивији и модернији сигнал, који поручује исто – да је у питању дете економски моћних родитеља.



Спљоштено друштво и надуване патике

Да ли у српском менталитету постоји нешто специфично, па смо толико склони показивању "колико ко има" иако заправо немамо? Јесмо ли такви баш зато што смо хронично сиромашни? Да је немаштина плодно тле за настанак статусних симбола мисли и психотерапеут др. Зоран Миливојевић: “Сиромашно друштво је “спљоштено” друштво без изражене друштвене вертикале.” објашњава “И зато неки желе да се истакну, да покажу да су бољи и вреднији од других. И ту почиње оно хвалисање и глуматање које је још Нушић тако добро описао у својим комедијама. Дакле, оно што се раније називало малограђанштина. И то је универзална појава, није само за нас карактеристична. То има свугде. Жеља да се има и да се буде део је вредносног обрасца капитализма, који је

заснован на потрошњи.” додаје он.

“То је све лепо док је споредно, док је украс, али постаје проблем када се забораве оне праве животне вредности.”

Дакле, свугде има надметања помоћу одређених показатеља статуса, разлика је само у реду величине. У Србији је износ који треба одвојити за патике нека горња граница финансијске моћи просечне породице, и вероватно су зато баш патике постале тај статусни симбол којим другима показујемо да нисмо “нико и ништа”. Далека путовања, нов намештај или луксузна кола једноставно су изван домаћа већине људи, ма колико се трудили и одвајали од уста.

Патике –српска ношња

Можда баш захваљујући тој чињеници, ношење патика постало је обичај људи са наших простора, и по патикама нас препознају и кад одемо у иностранство, где се обично сматра да се обућа носи према намени, те да је патикама место у теретани или на спортском терену, а не у ноћном клубу или ресторану. Штавише, имати “ер макс” ни за кога не представља богзна какав успех, пошто су на Западу ем јефтиније, ем је платежна моћ људи већа: “Пошто живим у иностранству могу слободно рећи да ту врсту патика само носе српска деца. Кад угледам неког у тренерци и најк патикама знам одмах о коме је реч! прича једна форумашница, додајући да такве патике у САД могу себи да приуште и бескућници. А какав је то уопште статусни симбол, ако може да га приушти свако? Истина, и тамо се овакве патике добро продају, што говори стални пораст броја модела на тржишту.

Да Србија гаји неку посебну везу са одређеним спортским брендовима говори и податак да је српски дистрибутер Најк-а једини у свету два пута добио признање за најбољег дистрибутера „Најкија“ за 2008. годину на територији Европе, Блиског истока и средње Африке, а ту територију чини 67 земаља. И док Американци својој деци плаћају патике 15 до 20 долара, у Србији родитељи за патике дају и по 200 евра.

Раст тржишта патика последица је и промена навика млађих генерације које су одрасле

носећи ову врсту обуће, али и попустљивости родитеља пред дечјим жељама: "Постоје ципеле и постоје патике, постоје ситуације у којима се носе ципеле, и оне у којима се носе патике. Али патике су удобније, а како је наважније да се дете добро осећа, онда родитељи детету дозвољавају да стално носи патике. Иако родитељи знају да патике нису добре за стопало које се развија – не постоје отропедске патике, већ ципеле, на пример – они попуштају дететовим жељама. Дакле, размаженост управо можемо препознати у томе што су родитељи дозволили да деца стално носе патике уместо ципела. У Словенији постоји субкултура младих мушкараца са наших простора које можете препознати по томе што су стално, али заиста стално у фирмираним тренеркама и патикама, а то наравно краси и златна ланчуга. А онда када имате културу сталног ношења патика, нормално је да се унутар ње позиционирају неки брендови као водећи." објашњава др. Миливојевић.

Носталгија за 90-им

Лудило за "Ер макс" патикама повезује се и са ретро трендом, који у Србији последњих година све више у моду враћа деведесете, када су ове патике први пут завладале на нашим просторима. Чувена „најк двојка“ 90-их година, постала је заштитни знак дизелаша, опасних момака и њихових девојака. Те патике коштале су неколико стотина марака. Многи нису могли да одвоје толики новац, а они који су их носили неретко су бивали пребијани и изувани на улици. Они којима родитељи нису могли да купе скупе брендиране патике били су „нико и ништа“ и изазивали подсмех вршњака који су имали скупе патике. Највећи блам је био да носиш „симод“ или неке анонимне патике.

Они који су имали више пари, носили су на једној нози један модел, а на другој други модел како би импресионирали оне који их немају. То деца опет раде и данас. "Клинци се ложе на ове патике јер их асоцирају на криминал, моћ, зато што си опасан у друштву, рибе се ложе на тебе, популаран си...", објашњавају деца у једној анкети.

Принуда стида

Многи родитељи се одлучују да и поред астрономске цене, ипак некако скупе за ове патике, из страха да ће им деца бити одбачена од стране другова. И заиста, међу децом итекако постоји "рангирање" на основу онога што носе на себи, а у одељењима се формирају кланови у које се може ући само поседовањем одређених патика или мобилних телефона.

“Код деце је исто као и код одраслих” каже др. Миливојевић - “Људи који се не осећају довољно вредним, који себе нису прихватили, мере своју вредност преко тога колико их други прихватају. Али није главни циљ бити прихваћен, главни циљ је не бити одбачен. И зато патике и други статусни симболи служе да другом поруче ко је особа која их носи и пре него што је успостављена вербална комуникација. То је у ствари начин на који се људи представљају једни другима, начин на који покушавају да контролишу шта други мисле о њима. То је нека врста оклопа у који људи улазе да би се у јавности осетили заштићеним од омаловажавања.”

Као што и деца само желе да буду прихваћена, ни већина родитеља се не такмичи преко своје деце, истиче др. Миливојевић. “Није циљ истицати се, већ не бити последњи. Они купују деци прескупе ствари не да би се правили важни, већ да деца не пате. А оне друге, који се такмиче одмах можете препознати по томе како се и они сами облаче и шта возе.”

Ипак, скупе патике не представљају улазницу баш у свако друштво – постоје и поткултуре младих које презиру ер макс и цео систем вредности које оне представљају. У таквом друштву власник ових патика биће окарактерисан као дизелаш или “џибер”. “Све зависи каква је група” каже др. Миливојевић. “Постоји и супротна ситуација, да је неко одбачен због патика. Ако је група састављена тако да већину деце чине добростојећи родитељи који деци купују патике, онда ће патике постати мода. Али како је већина оних без могућности да имају патике, тада ће из зависти постати агресивни према детету које дође са патикама. Тада ће оно означено као “буржуј” и бити одбачено због тога. А како је деци веома важно да буду прихваћена, она ће онда носити офуцане патике из истог оног разлога из којег они други носи најке, а то је да буду прихваћена.” закључује Миливојевић.

Да је немаштина плодно тле за настанак статусних симбола мисли и психотерапеут др. Зоран Миливојевић: “Сиромашно друштво је “спљоштено” друштво без изражене друштвене вертикале.” објашњава “И зато неки желе да се истакну, да покажу да су бољи и вреднији од других. И ту почиње оно хвалисање и глуматање које је још Нушић тако добро описао у својим комедијама.”

Патиком до среће

И међу децом, као и међу одраслима, важе иста правила – они који могу, желе да се истакну и учине недодирљивим помоћу одређених статусних симбола. А ту затим долази до узражаја родитељска слабост да се одупру таквим дечијим захтевима. “У савременој педагогији преовлађује сасвим погрешна идеологија “срећног детета”. Према њој дететова осећања су нешто што је најважније, што родитељи морају стално да стављају у центар. Последица је да је родитељ добар само ако је његово дете срећно, а ако је оно несрећно, родитељ је лош јер трауматизује дете.” објашњава др. Миливојевић. “А шта је у ствари срећа до осећање повезано са жељама. Када остваримо неку жељу осетимо задовољство, а када остваримо неку од наших најважнијих жеља осетимо срећу. И када то применимо на однос родитељ дете испада да је родитељ добар само ако усрећује дете испуњавајући му разновразне жеље, а поготово оне најважније. И тако дођемо до прескупих патика и других статусних симбола. На први поглед дете је срећно што их има или, можда тачније, није несрећно што их нема јер срећа од добијених патика траје два, три дана. А родитељ је срећан што је свом детету показао љубав на начин који дете разуме као љубав.”

А дете ко дете, често није устању да схвати колико је родитељима тешко да изађу на крај и са оним редовним трошковима, и да им куповина прескупих патика представља незамисливи удар на кућни буџет. У земљама које су далеко богатије од наше, деца од 10-12 година већ почињу да зарађују за свој џепарац и тако постају свесна вредности новца. Радећи, она науче да доћи до новца уопште није тако лако, па постају реалнија у својим захтевима. С друге стране, родитељи у Србији претерано штите децу од “живота” и реалности, па долазе у ситуацију да им она траже патике које вреде колико и њихова плата. Склоност да се деца “не оптерећују” и чувају од обавеза, тешкоћа и брига враћа се као бумеранг и сваљује на родитеље тежак терет сталног испуњавања нереалних захтева деце чије су ноге далеко од чврстог тла, али зато у фирмираним патикама.

Патике = љубав

“Код нас важи правило: “И када нема, за децу мора да има”, примећује др. Миливојевић. То у ствари значи да су наши људи добри родитељи у смислу да су им деца важна, да се деци посвећују, да су спремни да се одрекну многих ствари у којима би и сами могли да уживају, само да њихово дете добро живи и буде срећно. И зато се труде да деци омогуће живот који је “изнад” породичног стварног економског статуса. Дакле, ми спадамо у пожртвоване родитеље који “од својих уста одвајају” да би деца уживала.

Управо због тога што су нам деца висока вредност, многи родитељи у подизању квалитета живота своје деце виде смисао живота. Спремни су много тога да истрпе, да се одрекну, само да деца боље живе, да не осете тежину неких животних ситуација, да буду срећна.

А то индустрија која производи за децу добро зна. Рекламе су усмерене на децу, да им се нешто свиди, да се између деце почне говорити о томе, а онда та деца притисну своје родитеље, стварне купце - да им купе. Што више деце има неки предмет, то је више оних других који га виде и који такође желе да га имају. То је суштина маркетинга децјег тржишта."

"У савременој педагогији преовлађује сасвим погрешна идеологија "срећног детета". Према њој дететова осећања су нешто што је најважније, што родитељи морају стално да стављају у центар. Последица је да је родитељ добар само ако је његово дете срећно, а ако је оно несрећно, родитељ је лош јер трауматизује дете." објашњава др. Миливојевић.

У страху да ће одбијање протумачити као недостатак љубави, родитељи шаљу погрешну поруку да се љубав своди на испуњавање жеља. "Главни проблем је то што деца не разликују себе од својих жеља." примећује др. Миливојевић. "Она због тога мисле да их родитељ воли када им испуњава неку жељу, а када им не испуњава да их не воли. Она не разликују одбацивање жеље од одбацивања себе као личности. А за дететов ментални и емоционални развој, као и за каснију срећу у животу изузетно је важно да оно научи да разликује себе од неких својих жеља и својих понашања. Тад ће дете моћи да разуме да му родитељ одбија неку жељу управо зато што га воли. И зато родитељи који одбију детету жељу треба да знају да је веома важно издржати поглед на дете које мисли да није вољено, а затим му полако треба из ситуације у ситуацију објашњавати да јесте вољено."

Генерација незрелих

А када деца науче да се њихове жеље увек испуњавају, и када једног дана то престане, она постају несрећна. "Како овај тренд презаштићивања и размаживања деце траје већ деценијама, имамо искуства са одраслом децом и сада је сасвим јасно да су то деца која нису припремљена за живот, која, упркос доброј намери и пожртвовању њихових

родитеља, лоше живе и често су несрећна. Свакако да је важно како се дете осећа, али родитељи често заборављају да је њихов главни циљ да припреме дете за самостални живот у друштву. Дакле циљеви су самосталност и социјализација. Много је важније дете припремити за живот тако да оно само може да оствари и задржи срећу у одраслом животу, него га усрећивати у детињству. Деца која се усрећују тако што им родитељи стално испуњавају све жеље постају зависна од неког другог од кога очекују да брине о њима да им испуњава жеље. Када одрасту онда траже таквог партнера који ће то чинити. Родитељ мора да научи дете да неке жеље не треба остварити, а да са остварењем неких других жеља треба сачекати, да се треба стрпети, а да неке треће жеље заиста треба што пре остварити. Контролисањем остварења дететових жеља родитељ учи дете да управља својим жељама а не да дететове жеље управљају дететом, а оно да управља родитељем како се то често догађа.”

Чиме против патикоманије?

Шта учинити када дете подлегне духу времена и вредностима својих вршњака, па кука и плаче што нема скупе патике, или се жали да је због тога предмет подсмеха међу вршњацима?

“Не верујем да је дете које има нешто предмет подсмеха. Углавном је ситуација таква да је оно дете које има нешто предмет дивљења и зависти. А то код друге деце рађа осећање да мање вреде од онога који то има. И зато деца желе и она да то имају како би и она у својој генерацији била вредна људска бића. Дакле успоставља се вредносна пирамида у групи деце где су на врху они који су први имали најскупље патике, дакле тренд сетери, испод њих они који их прате па су такође набавили исте такве или сличне патике, а на дну они који немају такве патике. Дакле, дечја верзија капитализма одраслих.”

Треба ли родитељ да се повинује том систему вредности и купи детету патике које ће му обезбедити боље место у “пирамиди”? ”Родитељ може или да детету помогне да постигне статус у групи тако што ће му купити патике или може обезвредити оне вредности на којима је заснован овај поредак. Ако помаже детету да постигне статус, то ће га пуно коштати јер ће дете често мењати средство којим постиже статус, и како одраста ови предмети ће бити све скупљи. Међутим, родитељ тако учи дете да тако треба и ово дете ће и када одрасте наставити да свој статус потврђује скупим статусним симболима. Другим речима биће сноб. Ако оно стекне знање и вештине због којих ће и само добро зарађивати, што да не? има право на такав животни стил. Проблем настаје онда када ово дете не буде више у могућности да само себи плаћа

овакав начин живота. Тада ће се осећати животним губитником и биће дубоко несрећно. Поента је у томе да родитељи схвате да својим реакцијама деци шаљу поруке. А када родитељ тачно зна каква личност жели да његово дете једног дана буде, онда је много лакше уобличавати ове поруке и реаговати на животне ситуације.”

Родитељи имају моћ

Сигурно је да многи родитељи који на крају попусте, и купе патике, прво покушавају да своје дете убеди да је то лудост, али безуспешно. Има ли опште ефекта објашњавати детету да је сулудо повиновати се таквим трендовима, и да није најважније какве патике носиш? Колико родитељ уопште има утицаја на вредносни систем детета у том узрасту?

Др. Миливојевић сматра да много зависи од родитеља “Наравно да има. За мало дете родитељи су богови, а за дете у пубертету и даље су они најважније личности у његовом животу. Родитељи имају много већу моћ него што мисле да имају. И зато они могу објашњавати детету да је та пирамида на основу патика или других статусних симбола глупост, да постоје друге вредности у животу које су много важније. Нарочито у том узрасту. Да људи вредност доказују оним што сами направе, а не оним што им неко купи или поклони. Управо овакви разговори су пресудни за развијање вредносног расуђивања детета. Они му дају и начин на који може само себи да објасни ситуацију а да се не осећа мање вредним што нема патике. Када прихвати такве аргументе оно их може и рећи детету са патикама. Деца су спремна да учине разне глупости да би била прихваћена у групи вршњака, данас да носе патике, сутра да пробају дрогу или нешто друго негативно. И зато родитељ који их учи да се одупру групном притиску их у ствари учи да имају интегритет.”

Треба дакле бити истрајан и непрестано детету слати поруку да се људска вредност не мери ценом патика. Наоружати се информацијама и кренути у убеђивање – наравно, попуходан услов је да и сами будете убеђени. Дакле, да би вам дете веровало, потребно је да и личним примером показујете неки други вредносни образац - ако се задужујете да бисте имали кола боља него комшилук или ташну бољу него колегинице, сасвим је логично да ће и ваше дете желети патике које вршњацима поручују да је боље од њих. А ако још и на време почнете да разговарате са дететом о томе шта су статусни симболи, зашто им људи теже и каква врста људи посеже за њима да би доказала своју вредност, и ако га од најранијих дана суочавате са реалношћу и вашим новчаним ограничењима и обавезама, уз мало среће можда никада неће ни покушати да вас доведе до просјачког штапа зарад пара ваздушних ђонова.