

Бити принцеза – има ли на свету ишта боље за једну девојчицу? Заправо, свака девојчица данас уз мало труда врло лако може постати истинска принцеза, а већина њих увелико и ради на томе. А како се на том путу ка величанствености не би случајно спотакла и изгубила ципелицу, потребан јој је неки поуздан водич. Сва срећа, па се такав водич од недавно може набавити у свим боље снабденим књижарама у Србији. Не, то није превара! Инфузија плаве крви по повољној цени доступна је данас свим српским претенденткињама на престо, у виду планетарног бестселера под називом „Приручник за принцезе“, који девојчицама обећава успешну и брзу трансформацију из обичне смртнице у праву правцијату принцезу.

Заправо, то и није баш толико тешко - принцеза се, наравно, не постаје без предиспозиција, али све девојчице их у ствари поседују - како је издавач најавио, ова књига намерава само да помогне девојчицама „да открију да је у њима све време чучала једна принцеза којој је била потребна мала помоћ да се покаже“.



А како натерати ту чучећу принцезу да се усправи и размаше? Приручник вели: понашање је кључно. Истинска принцеза понаша се „као принцеза“, лепо је васпитана а наступ јој је пажљиво осмишљен. Рамена морају бити забачена, а глава подигнута. Људе нека гледа директно у очи, али никако не сме да се мршти или неког да гледа мрко јер „од тога може почети главобоља“. Па јесте, шта друго да очекује кад непотребно замара своју лепу крунисану главицу. А осим да се мршти, принцези је строго забрањено и да виче („глас јој мора бити тих, нежан и благ“), грди или божемесаклони – псује. „Ако већ мораш неког да изгрдиш“ саветује библија за принцезе, „немој да псујеш. Љутите речи принцезе могу бити: „Жабљих ми батачића!“, „Браце му и секице!“, и „Дијамантских ми минђушица!“.“ Шта се десило са старим добрим „Одрубите му главу!“? Авај, као што свађе могу угрозити њен краљевски имиџ, тако ни тренуци радости принцези не дозвољавају да се и за мрвицу опусти. Смех принцезин, приручник упозорава, мора да звучи као „музикални звончићи“, па ће, уместо да се рукама држи за стомак, принцеза приправница сваки пут кад јој буде до смеха, морати у рукама да држи нотну партитуру. Но, сви ови аристократски манири неће принцезу спасити дебакла уколико она не поради и на свом визуелном имиџу. Зато приручник девојчицама пружа насушне информације о уклапању боја и значењу истих: „ако некога жели да шармира, права принцеза обући ће нешто ружичасто, ако жели да буде запажена обући ће црвено...“ Да ниједна важна област не остане запостављена, посебно поглавље у књизи посвећено је тајном оружју сваке принцезе – ташнама, ципелама, шеширима, лепезама, накиту,

корсажима и осталим инсигнијама. Ту су и савети за постизање глатке коже и меке косе, прављење маски и лосиона, парфема и остале краљевске козметике..

Добро, не може се рећи да су пре штампања овог приручника српске принцезе (читај девојчице) биле сасвим непросвећене. Већ неко време на киосцима се могу пронаћи стручни часописи за принцезе, а чак и у најгоре снабдевеној домаћој продавници играчака понуда производа за принцезе је крајње задовољавајућа, и креће се у распону од јефтине кинеске пластике, па до највећих светских брендова на тржишту играчака (такође кинеске пластике). Ту је све што једној принцези неопходно да преживи - тијаре, велови, шљокице, огледалца, накит, шминка, одећа, намештај, а онда и лутке принцезе и све побројано у њиховој величини.

Помама за принцезама, наравно, није ништа претерано ново. Бајке о принцезама распаљивале су машту девојчицама у многим културама вековима уназад, а архетип средњевековне принцезе пуне врлина доживео је свој врхунац у бајкама Браће Грим и Шарла Пероа, попут Пепељуге, Успаване лепотице, Снежане, Принцезе на зрну грашка..

Претварање сироте, али добре и лепе девојке у блиставу принцезу постало је парадигма трансформације и сна о друштвеној мобилности.

Оно што је, међутим, модерно у целом овом феномену, јесте убрзана комодификација лика принцезе, а такође и његова демократизација. Некада је „принцеза“ била недостижни фантазам којем је просечна девојчица навише могла да се приближи случајући бајке и маштајући. Данас, свака девојчица може и сама да буде принцеза – за почетак, од рођења ће је у свакој другој прилици тако ословљавати, врло брзо ће постати власница тоне краљевских реквизита, а на крају ће вероватно добити и свој примерак „Приручника за принцезе“. Уосталом, просечан однос деце и одраслих у данашњем свету све упадљивије личи на однос владара и поданика.

Последњи талас, такорећи цунами опште „принцезификације“ популарне културе, започео је 1999. године, када је Енди Муни, бивши директор Најк корпорације, попут принца на белом коњу ујахао на чело огранка за производе компаније Дизни, који је бележио годишњи пад продаје од 30%. Пошто је на једној приредби приметио колико се девојчице „примају“ на иконографију принцеза, Муни је дошао на идеју да осам принцеза из Дизнијевих филмова упакује заједно и продаје као посебан „краљевски“ бренд.

Остало је историја. Без маркетиншког плана, истраживања циљних група и рекламирања, принцезе су се од првог дана продавале као ништа до тада. Раст профита од 1000%, који су „Дизни производи“ забележили у следећих неколико година нико ни у лудилу није могао да очекује, и 2006. године стигао је на 3 милијарде долара годишње, обухватајући око 25,000 производа под брендом „Дизни принцезе“.

Други су се убрзо укључили у „пљачкање“ родитеља. У ружичастој кочији са коњима стигле су и Барби принцезе, а за њима и Братз „принцезе заљубљене у моду“. Чак је и цртана икона феминисткиња, Дора истраживачица, постала „Чаробна Дора из бајке“ која, уместо да се завлачи у вулкане и мачетом пробија кроз прашуму, свој авантуристички дух сада искушава радикалним променама фризура и стајлинга.

Тумачења овог феномена су многобројна. Упркос напорима родног „инжењеринга“, који покушава да потисне стереотипне културне обрасце, архетипске улоге полова као да се вечно враћају. С једне стране, то се објашњава чињеницом да деца имају спонтану жељу

да свој идентитет дефинишу и кроз однос према сопственом полу, усвајајући одређене преференције и начин понашања, али и успостављајући границе у односу на супротни пол, тј. желећи да се разликују од њега.

С друге стране, у данашњој “потрошачкој” епохи све се на неки начин доживљава као пролазни тренд, па и друштвени односи, и засићење неминовно долази кад-тад. Ако је пре неколико деценија девојчица кратке косе, у фармерицама и карираној кошуљи, која се пентра по дрвећу, била израз духа времена које је презирало класични појам женствености, данас је та парадигма, као и свака роба – већ потрошена и безнадежно застарела и мора је сменити нека нова друштвена мода, макар (или тим боље) рециклирана.

Да не помињемо још и огромну новчану корист коју тржиште дечје робе има од чињенице да женској и мушкој деци нуди сасвим различите производе, почев од гардеробе и играчака, па до намештаја за дечју собу, технике, спортске опреме и осталог. Ни бебе девојчице данас нису поштеђене обавезе да ослободе жену која чучи у њима, па су се на тржишту недавно појавиле и штиклице за новорођенчад. А чак и ако ваша девојчица покаже интересовање за аутиће и остале “мушке ствари”, компаније имају спремно решење за истеривање још кеша из вашег новчаника – розе аутиће, скејтборде са шљокицама или Барби фудбалске лопте.

Важан фактор окривљен за “принцезификацију” савремене културе, аналитичари сматрају, јесу и трауме изазване 11-им септембром и економском кризом која је у току – показало се да култ принцезе увек избија у први план у несигурним временима и услед великих друштвених промена. Под притиском тешких околности, радо се посеже за митом о гламурозној женственој фигури којој у помоћ прискаче херој-спасилац. После терористичког напада на СТЦ, како је примећено, продаја ружева за усне у Америци двоструко се увећала.

А као још један квалитет који принцезама данас обезбеђује сјајну проћу, и то нарочито код родитеља, истиче се њихова невиност и чистота, која контрастира хиперсексуализованом моделу Лолите са голим пупком какав се девојчицама данас увелико продаје. У свету у коме девојчице све раније “сазревају”, а петогодишњакиње се понашају и облаче као адолесценткиње, земља принцеза делује као безбедно место да се то сазревање мало одложи.

Има ли разлога за забринутост због свеопштег лудила за принцезама? Као што је и значење феномена принцезе вишеслојно, тако ни одговор на то питање није једноставан – уосталом, и у модерним цртаним бајкама принцеза може бити и паметница и празноглава лепотица, скромна и пуна врлина, или каприциозна размаженица. Као парадигма посебности, принцеза је заправо врхунска јунакиња данашњег времена у коме је свако дужан да буде специјалан, само зато што то може, жели, заслужије, штагод.. Тежња данашњих родитеља да њихова деца редом постану мали (метафорички) принчеви и принцезе, само је део тог пакета. Самим тим, чак и ако своје клинце не ословљавању тако, сви су изгледи да ће их третирати као величанства, па макар никада не закорачили у продавницу играчака. Што опет, никако не значи да читава индустрија производа за принцезе нема утицаја на девојчице. “Само играње са принцезама уопште није проблем”, сматра Мајкл Браун, аутор студије о маркетингу и

девојчицама – „проблем је у 25.000 производа за принцезе“ које само Дизни има у понуди, да не говоримо о осталима. Избори за девојчице озбиљно се сужавају, па принцезе полако постају једина опција, додаје Браун.

Писац и феминисткиња Пеги Оренстајн у свом есеју са жаљењем примећује да не постоји ниједна студија о утицају најновијег тренда на девојчице – најзад, још је и рано за то. С друге стране, она наводи неке постојеће податке који указују на то да жене које се држе конвенционалних схватања женствености, што значи – бити лепа, љубазна и избегавати конфликте – имају више шансе да постану депресивне. Такође, она упозорава и на драстичан пад учешћа девојчица у спорту, будући да се он доживљава као недовољно женствена активност. А невиност беби розе боје, коју забринути родитељи виде као спас од порнографске културе која убрзано продире у детињство, заправо врло лако, пар година и неколико рафова у продавници касније, бива унепредјена у дречаво-пик нијансу „Братз“ и „Винх“ луткица и осталих секси маца, која симболишу управо ону сексуализацију коју родитељи покушавају да избегну. Уосталом, циљна група за принцезе данас су девојчице од две до пет година. Са десет година, лутке уопште већ увелико су прошлост.



Представници Дизнија и неки психолози и педагози, сматрају да нема разлога за бригу, јер штете ипак неће бити. Девојчице после неког времена једноставно „изађу из фазе принцеза као да се ништа није ни десило, и онда постају адвокати, доктори, мајке, принцезе, или шта год већ пожелеле да буду“. Шта год постале, изгледа да ће остати верне муштерије Дизнија и компаније, па ће своје ћерке страсно затрпавати принцезама и галантеријом.

Такође, начин на који се девојчице играју са луткицама, истраживања показују, уопште не мора бити стереотипан. Многе заправо уживају у њиховом мучењу и уништавању, откидају им главе, топе их у микроталасној, а то је, барем књига каже, понашање које никако не доликује једној принцези. Дакле, у стању са да понекад направе и отклон од сахаринске сентименталности и да сервираној фантазији приђу на субверзиван начин. Који, руку на срце, доста подсећа на оно што ће неколико година касније радити својим вршњакињама, будући да је злостављање међу другарицама постало најновија планетарна мода.

Семе, истина, мора да падне на плодно тле да би се примило, а принцезе се очигледно изврсно примају код девојчица. Проблем је само ако поверујемо да су принцезе једино што „чучи“ у њима и чека да се покаже. А ако се, упркос опаком принцес-лобију који жари и пали по медијима, продавницама и игалиштима, потрудимо да им уместо приручника за шармирање у ружичастом понудимо и нешто друго, можда ће принцезе у њима остати да чуче мало дуже..

Уосталом, бити принцеза итекако има својих предности. Како је једна девојчица у некој

Србија, земља принцеза

Пише: Јована Папан
петак, 01 август 2008 21:30

анкети лепо приметила, „бити принцеза значи да можеш да једеш кобасице кад год пожелиш!

Шта човек да каже на такву непобитну чињеницу, осим: „Дијамантских му минђушица!“

Јована Папан