

در ابتدا کتانی‌ها، به دلیل انعطاف‌پذیری و قابلیت بی‌صدا قدم برداشتن، محبوب دزدها و دیگر مجرمان بودند؛ بعدها پای سیاست و نژاد و طبقه نیز به میان آمد.

کتانی چیزی بیش از ورزش‌دوستی بوده است؛



آتلانتیک — با اینکه نمایشگاه «بیرون از جعبه؛ ظهور فرهنگ کتانی»^۱، از زمان گشایش آن در سال ۲۰۱۳ در تورنتو، در حال گشتن دور آمریکاست اما، هفتاد پیش در آستانه افتتاح آن در موزن آکلند کالیفرنیا، بحث‌های تندوتیزی درباره مسایل مرتبط با نمایشگاه‌گردانی برانگیخته است. در این نمایشگاه دو جفت از کتانی‌های نیو یلنس موجود است. این برند به تازگی، در ماه نوامبر، پس از حمایت آشکارش از سیاست‌های تجاری حمایت‌گرایان دونالد ترامپ، سیاسی شده است. این حمایت باعث شد که یکی از وبلاگ‌های نتوناز نیو یلنس را «کفش رسمی سفیدپوستان» معرفی کند. واکنش مشتریان خشمگین هجوم به رسانه‌های اجتماعی بود: به اشتراک گذاشتن تصاویر و ویدئوهایی از کتانی‌های نیو یلنس که به آتش کشیده شده یا سر از سطل‌های آشغال و توالت‌ها درآورده بودند. این شرکت به سرعت بیانیه‌ای صادر کرد و اظهار داشت که «هیچ‌گونه تعصب و نفرتی را نمی‌پذیرد»، در حالی که توأمان سعی داشت مدعای آمریکایی‌بودن محصولاتش را به مردم بقبولاند.

حدود یک ماه بعد، نایکی تبلیغ توییتی جدیدی منتشر کرد که، به نظر، بیانگر این نکته می‌رسید که به اشتراک گذاشتن «نظرات سیاسی» منحرف کردن اذهان از دویدن است، و کفش‌های نایکی مشخصاً برای دویدن است که طراحی شده‌اند. مهم نیست که این تبلیغ درخواستی از مردم خسته از انتخابات طرف‌دار هر دو حزب باشد یا تلاشی برای پیشگیری از رسوایی‌هایی همانند نیو یلنس؛ موضع غیرسیاسی نایکی، با در نظر گرفتن تاریخ پای‌پوشی که می‌فروشد، باورپذیر نیست: کتانی‌ها همواره بوم‌هایی برای نقش و نمایش سیاسی بوده‌اند، چه برندها این را بخواهند و چه نه.

الیزابت سیملک، گرداننده نمایشگاه «بیرون از جعبه» به من گفت چیزی که نایکی و نیو یلنس قادر به فهم آن نیستند این است که «معنای فرهنگی در پس کتانی‌ها تبادل‌نظری است مداوماً در حال تحول، میان کسانی که آن‌ها را تولید می‌کنند و کسانی که آن‌ها را می‌پوشند.» او متناسب با موقعیت گفت که هرچند در حال حاضر کفش‌های نیو یلنس نمایش داده می‌شوند، تغییر آن نیز، بسته به واکنش بینندگان، ممکن است. سملک افزود: «من می‌توانم آن مالکیتی را که برندها می‌خواهند بر پیامشان داشته باشند درک کنم، اما ماهیت گفتمانی برندسازی آشکارا دست‌کاری در آن را ممکن می‌کند.» همان‌گونه که این نمایشگاه نشان می‌دهد، در طول دویست سال گذشته، کتانی‌ها بر همه چیز، از هویت ملی، نژاد و طبقه، تا مردانگی و مجرمیت، دلالت داشته‌اند؛ به بیان ساده، آن‌ها، با نیت یا بدون آن، آهن‌رباهایی برای معانی سیاسی و اجتماعی‌اند، به گونه‌ای که آن‌ها را از دیگر انواع پای‌پوش جدا می‌کند.

قدمت کفش‌های ورزشی‌ای که توان حرکتی را افزایش می‌دهند و تخت‌های لاستیکی دارند به قرن نوزدهم بازمی‌گردد، زمانی که در اصل برای بازی تنیس پوشیده می‌شدند. البته از همان آغاز، این به اصطلاح «کتانی‌ها» - دلیل نام‌گذاری آن‌ها گام‌های بی‌صداست - با دلالت‌های ضمنی بزهکاری آلوده شده بودند، زیرا انتخاب شناخته‌شده مردم آزارها، زورگیرها و سارقان بود. معلوم شد که رهایی از این بدنامی بسیار مشکل است؛ عنوان مقاله‌ای جنجالی در نیویورک تایمز در سال ۱۹۷۹ این بود: «کتانی مُد روز، برای دوندگان و زورگیرها.»

تا دهه ۱۹۲۰ طول کشید تا صنعتی‌سازی بتواند کفش‌های کتانی را، در مقیاسی وسیع، قابل‌حصول و خریدن کند. این کفش ساق‌بلند نخی و لاستیکی، که زمانی نماد اوقات فراغت طبقه ممتاز در زمین تنیس بود، خود را با ورزش تیمی جدید و

تساوی‌گرای بسکتبال وفق داد. شرکت کفش لاستیکی کانورس - که در سال ۱۹۰۸ برای تولید گالش تأسیس شده بود- در سال ۱۹۱۷ از اولین کفش بسکتبال خود، آل استار، رونمایی کرد. در حرکتی نبوغ‌آمیز در بازاریابی، کانورس از مربیان و بازیکنان بسکتبال به‌عنوان سفیران برند خود دعوت کرد. یکی از آن‌ها چاک تیلور بود، اولین ورزش‌کاری که نام یک کتانی از او گرفته شده است.

اما سیاست نیز به‌اندازه ورزش به ظهور کتانی‌ها باری رساند. همانطور که سملهک توضیح می‌دهد «صلح شکنند» پس از جنگ جهانی اول باعث افزایش علاقه به فرهنگ جسمانی و پیوند آن با ملی‌گرایی و علم اصلاح‌نژاد در حال ظهور شد. کشورها شهروندان را به ورزش ترغیب می‌کردند، نه صرفاً به‌خاطر سلامت جسمی بلکه همچنین به‌منظور آمادگی برای جنگ بعدی. در این نکته که، در اوج فاشیسم، کتانی تبدیل به یکی از مردمی‌ترین اشکال پای‌پوش شده بود طعنه‌ای هم هست. «گردهمایی‌های ورزشی توده‌ای یکی از ویژگی‌های زندگی فاشیستی در آلمان، ژاپن و ایتالیا بود. اما کتانی‌ها می‌توانستند نمایانگر مقاومت نیز باشند. برتری جسی اوئیز در رقابت‌های المپیک برلین در سال ۱۹۳۶ میزبانان نازی این رقابت‌ها را بیشتر از این جهت ازرد که او با کفش‌های مخصوص دویدن داسلر تمرین کرده بود که ساخت آلمان بود. این شرکت بعدها میان دو برادر داسلر تقسیم شد که یکی سهم خود را پوما و دیگری آدیداس نامید.

در طول جنگ جهانی دوم، زمانی که دولت ایالت متحده لاستیک را جیره‌بندی کرد، پس از اعتراضات گسترده، کتانی‌ها را از این جیره‌بندی معاف کرد. این کفش خودمانی، کاربردی و ارزان‌قیمت، هم در زمین بازی و هم بیرون از آن، بدل به یکی از اصلی‌ترین اجزای هویت آمریکایی شده بود. تأثیر روبه‌رشد تلویزیون در دهه ۱۹۵۰ دو سرمشق فرهنگی جدید آفرید: ورزش‌کار شهیر، و نوجوان. جیمز دین، به‌طوری مؤثر، کفش‌های چاک تیلور را، به‌عنوان پای‌پوش برگزید» «شورشبان بی‌دلیل» جوان، از نو برندسازی کرد.

کفش‌های کتانی در تاریخ جنبش حقوق مدنی بدل به پاورقی شدند. در سال ۱۹۶۵، «من جاسوسی می‌کنم» ۴ اولین درام تلویزیونی هفتگی بود که هنرپیشه‌های سیاه‌پوست به‌نام بیل کازبی یکی از نقش‌های اصلی آن را ایفا می‌کرد. شخصیت او یک مأمور سی‌آی‌ای خوش‌وخرم بود که، زیر نقش مربی تینیس پنهان شده بود و از روی عادت، کتانی‌های آدیداس سفیدی می‌پوشید که به‌سادگی با نوارهای سه‌گانه چشمگیرش قابل‌شناسایی بود. این کارآگاه مُد روز، به‌خاستگاه «آب‌زیرکاه» کتانی‌ها اشاره می‌کرد و درعین‌حال، خلاصه‌ای از اوضاع و احوال آن روز بود. کفش‌های کتانی در رقابت‌های المپیک مکزیکوسیتی در سال ۱۹۶۸ نقش بارزتری داشتند. در این رقابت‌ها، دوند» سرعت آمریکایی و برند» مدال طلا، تامی اسمیت، و هم‌تیمی‌اش جان کارلوس، برند» مدال برنز، هنگام بالارفتن از سکوی اهدای مدال، کفش‌های پوما سویدشان را درآوردند و با پاهای پوشیده در جوراب، با سرهای پایین انداخته و مشت‌های افراشته پوشیده در دستکش سیاه، به‌حالت سلام مخصوص جنبش قدرت سیاه‌پوست، قدم بر سکو گذاشتند تا نماد فقر آمریکاییان آفریقایی‌تبار باشند. البته جنجال پیرو آن آسیبی به موفقیت سوید نرساند و این کفش‌ها هنوز هم تولید می‌شوند.

حوالی همان زمان، شور دویدن پای‌پوش‌های ساق‌کوتاه پیشرفته‌ای را ضرورت بخشید که شباهت کمی به ساق‌بلندهای بسکتبال نخی و لاستیکی آشنا داشتند. اما این کفش‌های آخرین مدل تنها برای دویدن نبودند: آن‌ها بیانیه‌های رنگی و حسرت‌آور صنعت مُد بودند. در سال ۱۹۷۷ مجله وُگ اعلام کرد «کتانی‌های دوندگان واقعی» بدل به نمادهای ثروت و موقعیت شده‌اند و غیروزش‌کاران مشهوری چون فارا فاسیت و میک جگر آن‌ها را به پا می‌کنند. به‌دلیل ساخت‌های سفارشی برای فعالیت‌ها و همچنین جنسیت‌های مختلف، مردم به‌جای یک جفت کتانی به یک جاکفشی پر از آن‌ها نیاز پیدا کردند. شرکت‌های سازند» کتانی جنبش آزادی زنان را همچون حربه‌ای تبلیغاتی در آغوش کشیده و کفش‌هایی را تبلیغ کردند که مخصوص بدن و سبک‌زندگی زنانه طراحی شده بودند.

درحالی‌که حومه‌ها از دونده پر می‌شدند، شهرهای آمریکا شاهد افزایشی در تعداد بازیکنان بسکتبال بودند، به‌خصوص شهر نیویورک که، در آن، سبک جدید و شجاعانه‌ای این بازی را تبدیل به نمایی برای خودنمایی مردانه کرد. درست مثل رقص بریک، بسکتبال حیاط‌مدرسه نیز موفق به آیینی‌کردن رقابتی جسمانی شد که با جریان اصلی فرهنگ (سفیدپوستان) عجین گشت. در دفتر» راهنمای «بیرون از جعبه»، پایتو گارسیا مورخ کفش‌های کتانی توضیح می‌دهد که «در دهه ۱۹۷۰ بسکتبالیست‌های نیویورکی و جماعت هیپ‌هاپ درک موجود از کتانی‌ها را به‌نحوی تغییر دادند که دیگر نه امکانات ورزشی بلکه ابزارهایی برای بیان اجتماعی بودند. پیشروان فرهنگ کتانی عمدتاً... کودکان رنگین‌پوستی بودند که در دوره‌ای از رکود اقتصادی بزرگ شده بودند.» فیلم مستند «پوشیدن لباس نو» ۶ در سال ۲۰۱۵ نقش پررنگ کفش‌های کتانی را در تاریخ فرهنگی سیاه‌پوستان شهری برجسته و اخذ آن توسط سفیدپوستان را نشان می‌دهد.

کتانی پارچه‌ای بی‌آلایش، که از دهه ۱۹۶۰ جای خود را در جهان ورزش به طراحی‌های ارگونومیک و مواد آینده‌نگرانه داده بود، به‌عنوان کفش روزمره، زندگی جدیدی یافت. طی چند دهه پس‌ازآن، کتانی‌های پارچه‌ای همان‌قدر معرف ورزش‌کاران بودند که معرف طغیان جوانی. جوانان نسل بیت، نوازندگان موسیقی راک و اسکیت‌بوردبازها آن‌ها را برگزیدند، نه ضرورتاً به این دلیل که راحت و باحال بودند، بلکه چون ارزان، معمولی و اصیل بودند. کانورس، کدز و وِنس اعتبار خیابانی خود را نه از ستاره‌های ورزشی بلکه از رامونز، سید وینشس و کرت کوپین گرفتند. در سال ۲۰۰۸ کانورس خشم طرف‌داران نیروانا را برانگیخت، آن‌هم با عرض» نسخ» مخصوص ساق‌بلندی که، با بی‌سلیقگی، از خاطرات خوانند» فقید پوشیده شده بود. آل استار، که سابقاً تنها در رنگ‌های سیاه و سفید موجود بود، ناگهان در رنگ‌های مد روز ظاهر شد.

در اوایل دهه هشتاد، خیزش ایروبیکی شرکت نایکی را، که شهرتش را مدیون کفش‌های دو بود، برای تطبیق به دردسر انداخت. در ماه فوریه ۱۹۸۴ این شرکت اولین ضرر فصلی‌اش را گزارش کرد، اما در همان سال نیز قراردادی حمایتی با بسکتبالیست تازه‌کار، مایکل جردن، به امضا رساند. می‌توان گفت که امضای این قرارداد لحظه تولد فرهنگ مدرن کتانی است. مایکل جردن در بازی‌های ان.بی.ای، در تناقض با قوانین لیگ، کتانی مخصوصش ایر جوردنز را می‌پوشید. نایکی با کمال میل جریم» پنج‌هزاردلاری به‌ازای هر بازی را می‌پرداخت و هم‌زمان تبلیغاتی پخش می‌کرد با این ادعا که «ان.بی.ای نمی‌تواند مانع شما

برای پوشیدن این‌ها شود.» این چنین بود که، وقتی اولین ایر جوردن‌ها در سال ۱۹۸۵ به فروشگاه‌ها رسیدند، علی‌رغم برچسب قیمت ۶۵ دلاری، حال و هوای متمایز اعتراض علیه سیستم را با خود داشتند. اما همه هم نمی‌خواستند مثل مایکل باشنند. درحالی‌که جردن از قتل شراکتش با نایکی ثروتمند شده بود، به سکوت در برابر مسائل سیاسی مرتبط با جمعیت آمریکاییان آفریقایی‌تبار متهم شد. گویا در پاسخ گفته بود: «جمهوری‌خواه‌ها هم کتابی می‌پوشند.» محبوبیت روزافزون کتابی در هر دو سوی مرز سیاسی زمینه را برای جنگی فرهنگی و تمام‌عیار بر سر ارتباط این کفش‌ها با مجرمیت یا عدم آن مهیا کرد. گروه ران دی.ام.سی، یکی از انبوه مدافعان هیپ‌هاپ کفش‌های کتابی، در آهنگ «آدیداس من» (۱۹۸۶) و در برابر تصویر تبهکاران کتابی به‌عنوان «کفش‌های مجرم» از آدیداس سوپرستارز بدون بندش دفاع کرد. آن‌ها در این آهنگ رپ چنین می‌خوانند: «کتونی‌هام رو پوشیدم، اما شر نیستم.» (جایز گروه، قراردادی حمایتی با آدیداس بود که برای اولین بار با یکی از گروه‌های موسیقی منعقد می‌شد.

اما کتابی ایر فورس وان تمام‌سفید نایکی، که در همان سال عرضه «آدیداس من» روان بازار شد، می‌توانست لایق نام «کفش‌های مجرم» باشد. داشتن مقدار کافی پول برای بیرون رفتن با ایر فورس وان‌های «تازه» یعنی نو و ساییده‌نشده، در میان موادفروشان خیابانی، به نشان غرور بدل شد. سملهک در دفترچ راهنمای نمایشگاه می‌نویسد: «همانند شمایل چندوجهی گاوچران، مواد فروش نیز نماد فردگرایی خشنی بود که مُد آن ابرمردانه و به‌سادگی قابل‌بازاریابی بود... به‌نحوی‌که می‌شد هم از آمریکایی‌بودن و هم از غرابت آن منفعت برد.» ای.اف.وان نه تنها بحرانی برای روابط عمومی نشد، بلکه بلافاصله بدل به آئتمی کلاسیک شد. افزایش قیمت کتابی‌ها و پرستیژ اجتماعی منجر به شکل‌گیری موجی از کتابی‌دزدی شد. رسانه‌های معترض، در سال ۱۹۹۰ ویدئوهای تبلیغاتی نایکی، به‌کارگردانی اسپایک لی را به‌خاطر چندین «قتل به‌خاطر کتابی» مقصر دانستند. بیل کازبی در سال ۲۰۰۴، زمانی که یک پدروار تلویزیونی ۸ سابق محبوب و محترم بود، در سخنرانی «پوند کیک» ۹ برای انجمن ملی پیشرفت رنگین‌پوستان ۱۰ به سرزنش کتابی‌های گران‌قیمت پرداخت و والدین آمریکایی آفریقایی‌تبار را برای دورریختن پول با چنین خریدهای بی‌ارزشی ملامت کرد.

اما رشد سفارشی‌سازی و قابلیت‌های کلکسیونی، که موتور محرک آن سایت eBay است، تنها باعث بیشتر شدن هزینه کتابی‌ها شد. هنرمندان و طراحان ممتاز مُد، همچون پرادا و گوچی، شروع به عرضه طرح‌های خود یا همکاری با برندهای ورزشی در تیراژ محدود کردند. در این بازار مختص خواص، کتابی‌ها از ابژه‌های مصرفی نمادین تبدیل شدند به وسایلی اختصاصی و حامل تفاسیر تک‌منظور اجتماعی. در یک مورد مشهور در سال ۲۰۰۵، هنرمندی به‌نام جودی ورتین کفش‌های ورزشی برینکو را برای کمک به عبور غیرقانونی از مرز مکزیک و آمریکا طراحی کرد. او این برینکوها را مجانی بین مهاجران توزیع می‌کرد و هم‌زمان، در بوتیکی در سن دیگو، هر جفت آن را به قیمت ۲۱۵ دلار به کتابی‌بازها می‌فروخت. چند سال بعد، «اوباما فورس وان»، با طراحی هنرمندی به‌نام جیم لیسر، ساختی سفارشی از ای.اف.وان بود که تصویر نیم‌رخ اوباما را حک شده بر تخت هر لنگه خود داشت. همچنین، مدت‌ها پیش از ماجرای کالین کاپرنیک، ستار ای.بی.ای دواپن وید یک جفت کتابی با شعار «جان سیاهان اهمیت دارد» ۱۱ عرضه کرده بود.

نسخ «جان سیاهان اهمیت دارد» متعلق به دواپن وید تولید شرکت لی‌نینگز

- جوزف گودمن؛ ۲۲ فوریه ۲۰۱۵

همان‌طور که می‌شد انتظار داشت، برخی از این کتابی‌های بیانی‌ای به تندروری متهم شدند و برخی نیز به گندروی. سیری کتابی‌هایی که معمار برزیلی، اسکار نیمایر، در سال ۲۰۱۳ برای کانورس طراحی کرد حاوی شعارها و نمادهای پنهان حقوق بشری بود. ویلاگ معماری و طراحی گاردین [در این باره] نوشت: «باید به استقبال این قضیه رفت که نیمایر از این فرصت برای بالابردن آگاهی سیاسی استفاده می‌کند. اما چند دوجین از کارگرهای کارخانه‌ای در اندونزی، که کتابی‌های کانورس را تولید می‌کنند، به‌صورت روزمره در جریان این شغل مورد سوءاستفاده قرار گرفته‌اند؛ می‌خواهم بدانم او در این باره چه می‌گوید؟»

یکی از مشکلاتی که ممکن است برای کتابی‌هایی با بار اجتماعی به وجود بیاید، این است که نیت، پیام و واقعیت‌های تولید همیشه به‌راحتی هم‌راستا نمی‌شوند. تعداد کفش‌های ورزشی سیاسی‌شده‌ای را در نظر بگیرید که برای اغلب مردم بسیار گران‌تر از آن است که بخرند و حتی، برای آن‌هایی که توانایی خرید آن را دارند، انگیز کمی وجود دارد که آن‌ها را از جعبه‌ها بیرون کشیده و ریسک ساییده‌شدنشان در خیابان را تقبل کنند. درحالی‌که طراحان این کفش‌ها آن‌ها را همچون آثاری کنش‌گرا می‌بینند، این کتابی‌های قیمتی‌تر برای صاحبانشان به‌احتمال زیاد کالاهایی به‌منظور سرمایه‌گذاری‌اند: میوه‌های به‌سختی به‌دست‌آمده لیست‌های انتظار، قرعه‌کشی‌ها و صفوف شبانه بیرون فروشگاه‌های تخصصی. دفترچ راهنمای نمایشگاه «بیرون از جعبه» مقاله‌ای نیز درباره چگونگی مراقبت از «موز» کتابی شخصی» دارد که این سؤال را پیش می‌کشد: اگر یک جفت کتابی درون جعبه پیامی دارد، آیا کسی آن را می‌شنود؟ پی‌نوشت‌ها:

* این مطلب در تاریخ ۲۸ دسامبر ۲۰۱۶ با عنوان Shoes Political Been Always Have Sneakers در وب‌سایت آتلانتیک منتشر شده است و وب‌سایت ترجمان در تاریخ ۲ اسفند ۱۳۹۵ این مطلب را با عنوان کتابی‌ها همیشه کفش‌هایی سیاسی بوده‌اند ترجمه و منتشر کرده است.

* کیمبرلی کریسمن کمپل (Campbell-Chrisman Kimberly)، مورخ مُد و ساکن لوس آنجلس است. وی نویسنده قربانیان مُد؛ لباس در دربار لویی شانزدهم و ماری آنتوانت است.
[۱] Out of the Box: The Rise of Sneaker Culture

[۲] در زبان انگلیسی به کفش کتابی sneaker گفته می‌شود که در لغت به‌معنای راه‌رفتن آهسته و دزدکی است.
بود یافته‌ای اسطوره جایگاهی که دین جیمز درخشش با است فیلمی نام: [۳] Rebel without a Cause

[۴] I Spy

[۵] Black Power

[۶] Fresh Dressed

[۷] street credibility: است روز مدر شهری جوانان میان در شدن پذیرفته

[۸] TV dad

[۹] Pound Cake speech

[۱۰] NAACP

[۱۱] Black Lives Matter

*مولف : کیمبرلی کریسمن کمبل

مترجم : علی امیری

منبع/ ترجمان

برچسب‌ها: [اعتراض](#) [1]

[فرهنگ](#) [2]