

»ALLSTARKE SO PA MALO DLJE OSTALE«
 Čevlji kot del materialne kulture

Veronika Zavrtnik

147

IZVLEČEK

Materialna kultura predstavlja sestavni in neločljiv del kulture in družbe ter posameznikov in skupin. Za razumevanje družbenega sveta je torej razumevanje njegove materialne komponente nujno. V luči raziskovanja materialne kulture prispevek obravnava različne aspekte (družbenega) življenja izbranega tipa obutve, tj. allstark, ki jih opredeljujem kot športno obutev za prosti čas. S sintezo pripovedi o izbranih čevljih in njihovih lastnikih izpostavljam izstopajoče segmente dvosmernega odnosa, ki se neprestano vzpostavlja med materialnim okoljem in ljudmi. Izkaže se, da so čevlji del tega, kdo smo in kdo postajamo. So »ogrodja« preko katerih se soočamo s svetom pod stopali, hkrati pa s svojo materialnostjo določajo tudi, kako ta isti svet občutimo.

Ključne besede: materialna kultura, obutev, allstarke, oblačilni videz, identiteta

ABSTRACT

Material culture is an essential, inseparable part of culture and society, of individuals and groups. To understand the social world we need to understand its material components. In the light of the research of material culture the article addresses the different aspects of the (social) life of a chosen type of footwear – All Stars, defined as sports and leisure footwear. Synthesizing the stories on the chosen footwear and their owners reveals the outstanding segments of a two-way relationship that always emerges between the material environment and people. And this shows that shoes are part of who we are, and who we are becoming. They are the “framework” through which we face the world under our feet, and at the same time their materiality defines how we experience that world.

Keywords: material culture, footwear, All Stars, dressing style, identity

Preden krenem na pot

V uvodnem poglavju prvenstvene slovenske publikacije posvečene materialni kulturi, *Klepetavi predmeti: ko predmeti spregovorijo o nas in drugih*, je Jernej Mlekuž parafraziral Sindeyja W. Mintza in zapisal, da ko »enkrat razumemo razmerje med predmetom in osebo, na novo odkrivamo nas same« (Mlekuž 2011: 10). Od šestdesetih let dalje, ko je materialna kultura znotraj humanistike in družboslovja ponovno začela pridobivati pozornost, v resnici postaja vedno bolj jasno, da je ravno ta kultura tisto, kar nas v veliki meri in v prvi vrsti tudi določa. Izkazalo se je, da je za razumevanje posameznikov in družb upoštevanje sveta predmetov absolutno in nujno

potrebno (Tilley 2012b: 60–61). Materialno okolje in predmeti namreč postajajo vse bolj vpleteni v to, kako živimo svoja življenja, in s perspektive posameznika njihova vloga definitivno narašča (Dant 1999: 200). Prepoznavanje potencialnega pomena predmetov – še zlasti banalnih, vsakdanjih predmetov – v človeških odnosih je eden izmed glavnih razlogov za uspešnost raziskav materialne kulture (*material culture studies*) od osemdesetih in še bolj od devetdesetih let naprej (Hicks 2010: 69).

148

V besedilu, kjer pozornost usmerjam na izbrano področje, je osrednja vloga dodeljena čevljem, natančneje allstarkam oziroma čevljem Converse Chuck Taylor All Star, kakor se glasi njihovo uradno ime. Etnografski podatki, ki jih predstavljam, so bili pridobljeni v kontekstu širše zastavljene raziskave¹, ki se je osredotočala – če povzamem z besedami sogovornice – na »*zanimiv družbeni fenomen*« in poskušala odgovoriti na samo-zastavljeno vprašanje »Zakaj ljudje nosijo allstarke?« S pomočjo sedemnajstih sogovornikov, starih med 21 in 31 let, sem obravnavala razmerja, ki se spletajo med ljudmi in allstarkami, in načine, kako so te vpete v njihovo življenje. Izbira sogovornikov je bila naključna in je v veliki meri potekala po t. i. mrežnem principu, kar je doprineslo k lokalni ne-zamejenosti² kot tudi k zastopanosti različnih področij dela ali študija.³ Poleg poglobljenih pogovorov sem deset mesecev opravljala opazovanje z udeležbo in krajše neformalne pogovore z naključnimi sogovorniki.

Besedilo je torej sinteza spoznanj, ki se še posebej osredotoča na to, kako lahko čevlji kot del materialne kulture »zagotavljajo vir za pridobitev veliko globljega vpogleda v to, kdo smo in kako se soočamo s svetom« (Sherlock 2014: 26). Pri tem je pomembno tudi to, da so allstarke obuvalo, ki mu je pripisan izrazit kulturni pomen, kar omogoča spremljanje vloge reprezentacij in kulturnih pomenov pri procesih konstrukcije in vzdrževanja identitet.

Od teorije k allstarkam

Materialna kultura je v etnologiji in antropologiji prisotna vse od njenih disciplinarnih začetkov, z različnimi teoretskimi paradigmi pa so se uveljavljali različni poudarki in ji določali bolj ali manj vidno mesto. V zvezi s tem se mi zdi pomembno izpostaviti nekatere prelomnice in iztočnice, ki so nujne za razumevanje razlage, ki jo podam v nadaljevanju.⁴

¹ Besedilo je v veliki meri rezultat raziskovalnega dela, ki sem ga opravila v sklopu magistrskega študija in ki je natančneje predstavljeno v nalogi »*Ko predmeti postanejo pomembni, niso več naključni: pomen materialne kulture pri tvorbi identitete posameznika* (Zavrtnik 2014). Besedilo je obenem tudi evalvacija in nadgradnja opravljenega dela.

² Sogovorniki prihajajo iz Dobove, Šoštanja, bližine Vuzenice, Svete Ane, Črne na Koroškem, bližine Ptuja, Pirnič, Ajdovščine in sedem iz Ljubljane ali njene neposredne okolice.

³ Področja študija so bila naslednja: etnologija in kulturna antropologija, arheologija, umetnostna zgodovina, umetnostna zgodovina in francoščina, sinologija in sociologija kulture, slavistika in primerjalna književnost, geografija in rusistika. Tisti, ki so zaposleni, pa delajo kot: fotograf, geologinja, elektroinženir, zdravnica specializantka, ena izmed sogovornic pa je zaposlena v muzeju.

⁴ Na materialno kulturo je veliko disciplin pogledalo skozi svoja, specifična metodološka in teoretska očala. Kratek pregled, ki ga podajam, se ne želi predstaviti kot celosten (nekoliko podrobneje ga predstavljam v Zavrtnik 2014), izpostavim zgolj nekatere iztočnice. Narava moje raziskave nekoliko večji poudarek namenja antropološkim pristopom; drugačni raziskovalni interesi, ki bi izhajali iz sorodnih disciplin in bi predmetom namenjali drugačen fokus, bi oblikovali drugačen pregled z drugačnimi poudarki. Celosten pregled prisotnosti in obravnave čevljev znotraj slovenske etnologije, kulturne antropologije in sociologije bo (najverjetneje) del nastajajoče disertacije.

Uveljavitev strukturalizma in semiotične perspektive v šestdesetih letih je odigrala bistveno vlogo v razvoju raziskovanja materialne kulture, ki je bila takrat skladno s tokom časa preoblikovana v »strukturalni svet znakov in simbolov« (Shippers 2002: 131), predmeti pa so bili obravnavani kot »znaki, ki se nanašajo na nekaj drugega kot samega sebe« (Woodward I. 2007: 57–58). Osrediščenje raziskovanja je postalo razumevanje pravil in principov, po katerih si ljudje urejajo življenje tako, da urejajo tudi svoje stvari. Kar je (morda celo najbolj) pomembno vplivalo na nadaljnji razvoj razumevanja materialne kulture, je sprejetje Bourdieujeve teorije prakse. Ta je podlaga za danes uveljavljeno idejo, da niso le ljudje tisti, ki delajo predmete, pač pa da velja tudi nasprotno: tudi predmeti »delajo« ljudi.⁵ Drugi koncept, ki ga vpelje Bourdieu in je tesno povezan s teorijo prakse, je habitus.⁶

Pod vplivom novih dognanj so se razvile tri nove veje raziskav materialne kulture: etnoarheologija, kontekstualna (oziroma post-procesualna) arheologija in antropologija masovne potrošnje. Slednja je pod vplivom Daniela Millerja polje raziskovanja materialne kulture razširila na sodobni Zahod in tako z vpeljavo potrošništva kot raziskovalnega področja v veliki meri pripomogla k razmahu raziskav materialne kulture v naslednjih desetletjih (Dietler 2010: 210) ter zaobjela praktično vse segmente vsakodnevnega življenja. Spoznanje, da si posebne pozornosti ne zaslužijo zgolj tisti predmeti, ki imajo za posameznike in skupine očitni in ključni pomen, tj. da jim posamezniki ali skupnosti pripisujejo izreden pomen, ali ki so bili preneseni v nove kontekste (npr. nova kulturna okolja ali v muzeje), temveč da so (še posebej) pomembni predmeti, ki nas obkrožajo na vsakodnevni bazi, je raziskavo na neki način poneslo na popolnoma novo raven.⁷ Ravno skromnost (*humility*) je tista lastnost predmetov, ki je bistvena; omogoča, da kljub svoji fizični prisotnosti in očitnosti ljudje pozabimo na to, da ti predmeti pravzaprav obstajajo, se jih vedno manj zavedamo, jih ne »vidimo«. S tem – tako Miller (2005: 5; 2010: 50–51) – ko postajajo neočitni, še močnejše določajo (nezavedna) pričakovanja in normative obnašanja, ki so povezani z okoljem, v katerem se nahajamo. *Materialna kultura*, kot Miller poimenuje tako perspektivo pogleda na predmete, se izkaže za smiselno: pomeni, da veliko stvari, ki nas dela to, kar smo, ne obstaja preko naše zavesti ali telesa, pač pa kot zunanje okolje, ki nas spodbuja in na katero smo navajeni (Miller 2010: 51).

Pečat strukturalistične in semiotične perspektive je velik. Eden izmed morda bolj izrazitih interesov, ki se je v navezavi na to v preteklih desetletjih izrazil

⁵ Bourdieu je teorijo razvil na podlagi terenskega dela med Kabili. Opazil je, da s tem, ko je posameznik v interakciji s seti materialnih kultur, prevzema tudi norme, ki jim pravimo kultura; se torej priučiti kulture. Ne uči se skozi pasivne predmete, temveč aktivno, skozi vsakodnevne rutine, kar vodi v nenehno interakcijo s stvarmi. To je poimenoval teorija prakse (Miller 2010: 53).

⁶ Gre za »skupek utelešenih dispozicij, ki strukturirajo in nezavedno umeščajo družbene vloge in kulturne kategorije, percepcije, identitete« (Mlekuž 2008: 39). Habitus se preko vsakdanjih praks kot skupek pridobljenih miselnih in vedenjskih vzorcev ter vzorcev okusa pravzaprav odtisuje v posameznika (Žagar 2011: 35).

⁷ Na prelomu tisočletja se je podobno zavedanje in zavezovanje merilom za »množičnost« oziroma »splošnost« začelo uveljavljati tudi znotraj muzeoloških zbirateljskih praks (Žagar 2012: 67).

znotraj antropologije, etnologije, sociologije (kulture), kulturnih študij in tudi raziskav dizajna in mode, so oblačila in oblačilni videz. Zanimivo (in presenetljivo) je, da čevlji oziroma obutev, kot del vsakodnevne garderobe večine ljudi, znotraj omenjenih študij niso bili deležni celovite pozornosti. Ena izmed izjem, ki čevlje obravnava s sociološko-antropološkega stališča, je nedavni projekt *If the shoe fits*, ki ga je raziskovalna ekipa (Jenny Hockey, Rachel Dille, Victoria Robinson, Alexandra Sherlock) iz Univerze v Sheffieldu izvajala med letoma 2010 in 2013.

150

Kar se tiče sodobnih etnoloških obravnava oblačilnega videza, bi na domačem terenu veljalo omeniti doktorsko disertacijo Janje Žagar (2011). V raziskavi, ki je sicer primarno osredotočena na osebni videz v splošnem (tj. na »posameznikovo podobo, s katero se reprezentira in po kateri ga spoznavajo drugi«, torej na »fizični vidik naše osebnosti« (2011: 24), se avtorica čevljev delno dotakne, ko jih uporabi kot ilustrativni primer tega, kako človek – na primeru oblačilnega videza – z uporabo vsakdanjih predmetov ustvarja svoj »fragmentarni red« (2011: 175–182). Ne gre za poglobljeno študijo čevljev, nekatera spoznanja pa kljub temu ilustrirajo pomembnost obutve za posameznike. Sicer pa je v splošnem področje oblek in oblačenja od 15. stoletja naprej na Slovenskem razmeroma dobro raziskano (Žagar 2011: 5);⁸ to predstavlja dobra izhodišča za nadaljnje raziskave – tudi za natančnejšo obravnavno čevljev, ki do sedaj še ni bila narejena.

Povzamem lahko, da materialna kultura torej predstavlja aktiven, konstitutiven in neločljiv del (so)oblikovanja kulture in družbe ter posameznikov in skupin (Mlekuč 2011: 9–10). In tudi čevlji so del tega, kdo smo in kdo postajamo. Izbiramo jih kot »ogrodja«, preko katerih se soočamo s svetom pod našimi stopali, po drugi strani pa sama materialnost izbrane obutve določa, kako ta isti svet občutimo.

Kako torej pa se allstarke vklaplajo v vsakdanja življenja ljudi?

Čevlji za vsak dan?

Prej kot funkcionalna potrebščina se čevlji izkažejo kot elementi, ki nas umeščajo – tako družbeno kot kulturno (Dille et al. 2015: 156). Športni čevlji so kot predmet raziskovanja zanimivi tudi zaradi svoje moči, da športno funkcionalnost zabrišejo z modnostjo in estetskim učinkom (Turner 2013: 26; podobno Gill 2006).

Od sedemdesetih let 18. stoletja se je skladno z razvojem tenisa in nato še drugih rekreativnih (in kasneje tudi profesionalnih) športov razvijala tudi potreba po primerni obutvi, ki bi – za razliko od okornih čevljev s trdimi podplati in okornim vrhnjim delom – omogočala lahkotno gibanje ter hkrati preprečevala drsenje in zmanjševala škodo nastalo na zelenici. Prihod tako imenovanega čevlja za tenis (*tennis shoe*) oziroma tenisne – čevlja z gumijastim podplatom

⁸ To delno potrjujejo tudi podatki, ki jih navaja Knific ob obravnavi meril (i)zbiranja muzejskih predmetov na primeru predmetov oblačilne porabe v Slovenskem etnografskem muzeju. Ko je postal ravnatelj Boris Orel, je tekstilna zbirka predstavljala več kot polovico vseh predmetov (Knific 2010: 56).

in platnenim ali usnjenim vrhnjim delom – pa ni povezan zgolj z razvojem športnih disciplin, pač pa, veliko širše, z razvojem industrij (predvsem obratov povezanih s predelovanjem gume, ki so omogočili uporabo gumijastega podplata), spremembami v (povečanih) industrijskih proizvodnjah ter s tem povezanimi splošnimi družbenimi spremembami, ki so promovirale zdrav, bolj aktiven način življenja. Zahteve po lahkotni in funkcionalni obutvi z ravnim gumijastim podplatom so naraščale in teniska je kmalu postala generični pojem, ki se je nanašal na vrsto obutve, ki je bila zgoraj iz blaga, podplati pa so bili gumijasti (vse po Turner 2013).

V sklopu opisanega je leta 1917 na tržišče vstopilo tudi večnamensko športno obuvalo podjetja Converse.⁹ Kasneje se je obuvala prijeló ime All Stars,¹⁰ najbolj pa se je uveljavilo na košarkarskih igriščih. Z izjemo nekaterih tehnoloških posodobitev in razširjenega barvnega spektra so allstarke danes precej dober približek izvirnega modela. V tridesetih letih se je njihovo prvenstvo na košarkarskih igriščih utrdilo; najbolj zgovorno je morda dejstvo, da je košarkarska olimpijska ekipa ZDA med letoma 1939 in 1976 na tekmovanjih nosila le čevlje Converse Chuck Taylor All Star (Peterson 2007: 47).

V naslednjih desetletjih so se stvari za športne čevlje začele spreminjati; čevlji namenjeni športnim aktivnostim – tudi profesionalnim – so vedno bolj postajali del vsakodnevnega življenja. Že v štiridesetih letih prejšnjega stoletja naj bi bilo prav toliko športnih čevljev zunaj športnih igrišč kot na njih. Gonilna sila spreminjanja sprejetih parametrov oblačenja in vpeljevanja novega, bolj sproščenega oblačilnega stila so bili pripadniki mlajših generacij (Turner 2013: 75–77). V splošnem so v obdobju po drugi svetovni vojni oblačila z glasbo in nekaterimi drugimi elementi postala pomembna pri razločevanju mladinske in starševske kulture (Bennet 2005: 122; Mitchell 2008: 64). Čas po drugi svetovni vojni pa je v splošnem zaznamovan s porastom različnih modelov, barv in namembnosti (športnih) čevljev (ter drugih predmetov). Tak prehod je vplival tudi na rabo allstark, ki so se bolj kot na profesionalnih košarkarskih igriščih začele naseljevati v novih družbenih okoljih. V petdesetih in šestdesetih letih prejšnjega stoletja so bile allstarke eden izmed najboljše prodajanih čevljev v Združenih državah (Turner 2013: 147), nekako v sedemdesetih letih pa so skorajda dokončno prešle v sfero pristočasnih aktivnosti in vsakodnevnega življenja; pogosto so se pojavljale tudi v različnih (sub) kulturnih okoljih (Peterson 2007: 14), ki jim še danes velikokrat nudijo zatočišče. Sicer pa je allstarke danes moč najti kjer koli¹¹ in na nogah kogar koli. Tudi na reklamnih plakatih ali obeskih za ključe. Predvsem so postale obutev, ki – tako se

⁹ Podjetje Converse Rubber Company se je, podobno kot tudi druga podjetja, ki so se kasneje začela ukvarjati s proizvodnjo športnih čevljev, izvorno ukvarjalo z izdelavo izdelkov iz gume in je bila proizvodnja čevljev z gumijastimi podplati neke vrste stranski produkt primarne proizvodne linije (Peterson 2007: 44; Turner 2013: 204–256).

¹⁰ V tridesetih letih je bilo imenu dodano tudi ime človeka, ki je največ pripomogel k popularizaciji čevljev All Stars na košarkarskih igriščih. To je bil Charles - Chuck Taylor, ki allstarkam še danes posoja svoje ime (Peterson 2007: 46).

¹¹ Janja Žagar (1998) recimo poroča o športnih copatih All Star, ki so leta 1998, ko je D. K. Slovenskemu etnografskemu muzeju podarila del svoje odslužene garderobe, postali del muzejske zbirke.

zdi – presega navidezne pretekle omejitve in je z vsemi sponami vpeta v sodobno potrošnjo. Pravzaprav so, glede na retoriko podjetij, ki proizvajajo športno obutev, teniske v splošnem postale »nujna oprema za sodobno življenje« (Gill 2006: 374).

»Že po suhih gledaš, h komu stopiš na cigaret«

152

Allstarke so, kot vsa obuvala, veliko več kot zgolj čevlji oziroma zaščita za noge; hkrati oblikujejo naša fizična soočenja z okoljem, v katerem se gibljemo, skozi pomene, ki so jim pripeti, pa oblikujejo tudi družbena soočenja s svetom (Sherlock 2014: 27). Čevlji so pravzaprav ogrodja z veliko(krat spregledano) močjo; na neki način nadzorujejo tako fizično kot človeško oziroma družbeno sfero, znotraj katere se gibljemo – so glavno križišče med fizičnim okoljem in telesom. Razširjajo človekove fizične in družbene sposobnosti (Riello in McNeil 2006: 3). Upoštevajoč reprezentacijsko moč obutve, dejstvo, da je bila njena (ne)primernost v določeni družbeni situaciji ali nanašajoč se na družbeni status velikokrat postavljena v ospredje, ne preseneča. Morda sta dva izmed bolj ekscesivnih primerov pripoved o tem, kako je francoski kralj Ludvik XIV. vsem, razen sebi in pripadnikom svojega kraljevega dvora, prepovedal nositi rdeče pete¹², ali zgodba o povezovanju deklških stopal na Kitajskem (*foot binding*). V obeh primerih obutev igra pomembno vlogo pri izražanju družbenega statusa in uveljavljanju moči ravno skozi regulacije obutve. Na allstarke se zakonske omejitve sicer ne nanašajo, družbenim pričakovanjem pa se vendarle ne morejo izogniti.

Riello in McNeil v uvodniku k zborniku *Shoes: a history from sandals to sneakers* (2006) opozarjata, da družbena podmena o primernosti čevljev opominja na to, da se s pravilno izbiro čevlji ne prilagajajo zgolj fizičnemu terenu, pač pa vedno tudi družbenemu (Riello in McNeil 2006: 5). Za allstarke – ki jih umeščam v kategorijo športnih čevljev za prosti čas – je prisotnost znotraj nekaterih družbenih kontekstov torej nepričakovana. To se je izrazilo pokazalo v situaciji, ki jo opiše Jure, eden izmed sogovornikov. Za poroko starejše sestre je namreč kupil nove allstarke. Ko so se še z mlajšo sestro pripravljali na skupno fotografiranje in je nevesta obula allstarke, »je bil fotograf samo tako [začuden – op. V. Z.]. Ni mu bilo čisto jasno kaj se dogaja«. ¹³ Podobno je opazila Veronika, ki je allstarke obula ob neki drugi pomembni priložnosti: »Takrat na valeti sva jaz in sošolka pač izstopali, vsekakor, ker takrat se je že začelo to obdobje, ko je valeta postajala kot maturantski ples in so bile vse v petah in midve – allstarke!«

Splošna raziskovalna izkušnja me je tako vodila do (pre)izpraševanja pomembnosti nošenja izbranih čevljev in premišljevanja o tem, kakšna je za sogovornike simbolna percepcija določenega tipa obutve. Povezava med ljudmi in obutvijo je vzpostavljena praktično »od zibelke do groba« (Riello in McNeil

¹² Pete so bile, zanimivo, v Franciji celotno 17. stoletje znak družbenega razločevanja, hkrati pa so visoke pete tudi fizično ločile pripadnike višjih slojev od tistih, ki si jih niso mogli (ali smeli) privoščiti (Semmelhack 2006: 225; Vianello 2006: 76–93).

¹³ Dobesedni navedki sogovornikov so zavoljo lažje razumljivosti poslovenjeni. Narečne ali pogovorne izraze ohranjam tam, kjer je to pomembno za razumevanje bolj podrobnega konteksta pogovora.

2006: 28), vodeni pogovor pa se je osrediščeno velikokrat nekako izmikal. Izpostavljeno kaže na to, kar sem o vsakdanjih predmetih po Millerju povzela že zgoraj: postali so tako vsakdanji, tako običajni, da njihovo prisotnost jemljemo za samoumevno. Osredotočenje na to, kar je samo po sebi umevno, pa se zdi nenavadno.¹⁴ Kot posledica »skromnosti« v ospredje stopi druga omenjena zmožnost predmetov: oblikovanje materialnega konteksta dogajanja in določanje pričakovanj obnašanja – in s tem tudi oblačenja. Pri sogovornikih, ki so zame razkrivali svojo naklonjenost do allstark, je bilo pomembno (tudi) to – kot ilustrirata zgornja primera – da so allstarke obuli takrat, ko so to sami želeli. Spremljanje tega, kdaj posamezniki obujejo in sezujejo različne pare čevljev, lahko omogoči perspektivo za vpogled v odkrivanje in spremljanje dinamičnega procesa, kako posameznik postaja to, kar je; identiteta, kot proces, namreč vedno vključuje spremembe, fluidnost in prehodnost (Dilley et al. 2015: 144). Gre za to, da je za čim globlje razumevanje potrebno upoštevati tako simbolno kot funkcionalno in materialno moč obutve, predvsem pa se pri vsem zavedati so-konstitutivne dinamike (Hockey et al. 2015: 25).

Pri allstarkah je šlo v prvi fazi ravno za to, da so močno ogrodje samo-reprezentacije, hkrati pa posedujejo tudi močno družbeno-kulturno naravo (Riello in McNeil 2006: 5). Prvi nakup allstark je bil namreč vedno močno povezan z željo; bodisi z željo po uveljavljanju lastne volje in kupiti čevlje, ki jih starši pač niso odobraval, bodisi z željo izkazati pripadnost določeni skupini. Ali se od nje razločiti. Podobno kot Martina, ki je želela pokazati predvsem na ne-pripadnost določeni skupini:

M: ... *sem bila prej zahojeno seljaško dete (smeh). Resno! Jaz sploh nisem vedela, da allstarke obstajajo. Potem [v srednji šoli – op. V. Z.] so jih pa vsi imeli ... so bile statusni simbol nekako. Da nisi oni pridni, ampak da si oni kul.*

VZ (smeje): *Kako to misliš, da nisi priden?*

M: *Ja no, bili smo taka gimnazija, kamor so hodili pridni otroci [tj. Škofijska gimnazija Antona Martina Slomška, Maribor – op. V. Z.], tako da pač, če si se hotel ločiti od zelo, od najbolj pridnih, sploh v našem pridnem razredu, si pač imel bulse ali pa allstarke – ali pa oboje.*

Na drugi strani pa je Janez o svojih prvih parih govoril v povezavi z glasbenim okusom in pripadnostjo rockerjem:

In že takrat sem kako leto, veš, na internet hodil pa gledal te allstarke pa po trgovinah smo s kolegi hodili. Takrat smo že bili kao rockerji pa to. In smo hodili po trgovinah pa gledali: 'Joj, petnajst jurjev; allstarke!' ... In takrat, enkrat pozimi, pridemo ... v to trgovino tam in vidimo, da so allstarke same velike številke – ker jih niso odprodali – jaz pa imam veliko nogo ... In je bil en par za tisoč tolarjev ... Sem kupil takrat dva, tri pare allstark. Ene so bile roza, ene modre, ene ne vem, kake ... In to sem nosil – sem pa jih itak ponosil – potem, ne vem, pet, šest let. Še enkrat sem si dal okrog, veš, tisti lepilni trak, samo da bi mi držalo, da je nekako še držalo – čeprav ni izgledalo nikakvo – samo da sem jih nosil ... Pa itak, da je

¹⁴ Podobno, recimo, za kavbojke ugotavljata Daniel Miller in Sophie Woodward (2012).

bilo to nekaj! Ko si prišel med kolege pa si pokazal, da imaš allstarke, je bilo to tako, kot da bi, ne vem, imel Titanic majico v tretjem razredu.

Kot naštevajo Hockey idr., se čevlji z zmožnostjo spreminjanja utelešenih izkušenj časa, prostora in tudi identitete pojavljajo na različnih življenjskih prehodih; prehodih, ki so povezani s tokom življenja (npr. študent se zaposli, samski se poroči itd.), aktivnostmi (npr. služba in prosti čas), identitetami povezanimi s spolom (npr. moški in ženske), družbenimi razredi, vsakodnevnimi in posebnimi kompetencami (npr. ko se mati spremeni v tekačico), laičnimi in profesionalnimi identitetami idr. (Hockey et al. 2013: 2). (Pre)obuti čevlje torej lahko pomeni bistven premik v občutenju in izražanju identitete (Hockey et al. 2015: 26) – podobno kot zgoraj Martina, se tudi Tea spomni, da je »prišla v srednjo šolo v prvem letniku in tisti, ko so bili face, ko sem se z njimi družila, so vsi nosili te allstarke. In potem sem tudi jaz to morala imeti«.

154

Isti pogled na svet

Že Miller in Woodward sta v svoji raziskavi kavbojk (2012: 30) ugotovila, da biografija oblačil ni nikoli povsem osebna. Življenjske zgodbe preko oblačil vedno orišejo še razmerja do drugih, recimo staršev, bratov in sester, prijateljev in ostalih.¹⁵ Oblačenje je pojav, ki je pomemben tako pri vzpostavljanju identitet posameznikov kot pri vzpostavljanju družbenih skupin (Dant 1999: 87–89). V primeru nošenja allstark je bila najbolj izrazita uzaveščena povezava, ki se je nanašala na kako določeno družbeno skupino, pravzaprav tista, ki sem jo že omenila: ožje gledano je šlo za tiste, ki so »kul«, ki so »face«, gledano širše pa je v ospredje stopala povezava z glasbo; punkom, rockom, grungom in delno tudi metalom. Asociacija ni pretirano presenetljiva; po prehodu v sfero vsakdanjega življenja so se allstarke trdno usidrale znotraj različnih subkulturnih scen, morda najbolj izraziti pa sta bili ravno rockovska in punkerska. Njihovo prvenstvo sta v medijski imaginaciji dokaj trdno zakoličila dva predstavnika: Kurt Cobain in Sid Vicious.¹⁶ O tem, kako vidi razmerje med glasbo in allstarkami, je Martina povedala:

VZ: Je za tebe povezano to – allstarke pa rock muzika?

M: Seveda, ker sem jih začela nositi, ko sem začela poslušati Guns'n'Roses in punk in Led Zeppeline in Pink Floyd in ugotovila, da obstaja še kaj drugega kot Gianni Rijavec.

¹⁵ Še nekoliko bolj izrazito o tem govori raziskava Sophie Woodward (2007), ki se je spraševala, zakaj ženske nosijo oblačila, ki jih nosijo. Ugotovila je, da je izbrana dnevna garderoba pravzaprav zgolj neke vrste končni produkt, za katerim stoji težaven proces izbiranja, ki ga pogojujejo številni faktorji, med drugim tudi razmerja z ljudmi, za katere vedo, da jih bodo tekom dneva srečale.

¹⁶ Povezava allstark z različnimi glasbenimi subkulturnimi skupinami je v medijskih reprezentacijah danes zelo aktualna. V spletni prodajalni obutve Transport Footwear je znamka Converse predstavljena tudi z besedami: »Povezava glasbe in blagovne znamke Converse je bila vedno zelo močna. Od najzgodnejših rockerjev OTC, Ramones, vse do Nirvane je bil Converse sprejet kot simbol individualnosti. Iz teh povezav je ustvaril veliko število umetnikov in upornikov vseh vrst.« <<http://www.transportfootwear.com/si/znamke/converse/>> [12.5.2016].

Izpostavljena povezava na neki način upravičuje skrb za videz, ki se je izražala v kontekstu nakupa, saj je le-ta »prva oznaka podkulturne pripadnosti« (Muršič 2000: 254). Pri percepciji simbolne ravni allstark največkrat ni šlo zgolj za čevlje, pač pa za celoten videz oziroma stil;¹⁷ šlo je za »alstarkarje«. Izmišljeni izraz se nanaša na tiste ljudi, ki nosijo allstarke. Seveda pa niso vsi ljudje z allstarkami alstarkarji! Pravi alstarkarji so tisti, ki allstarke nosijo, ker so prepoznali njihovo reprezentacijsko raven in/ali ki so allstarke vzeli za »svoj« čevljev – kot recimo Dejan, ki je v zvezi s tem pojasnil:

... gledaš celotno podobo, a veš, kaj mislim? Zdaj če je nek urejen deček z belo srajčko, pa z onimi spranimi kavbojkami, pa bele allstarke, pol že veš, za kaj se gre. Saj veš, kaj mislim ... On jih verjetno nima iz istega razloga obute kot pa jaz, ne.¹⁸

Dejan se je dotaknil tega, o čemer je druga sogovornica, Jerca, govorila bolj natančno: novih rab allstark, ki razkrivajo še enega izmed pomembnih aspektov, na katerega se osredotočim v nadaljevanju:

Tisti, ki smo jim zvesti, smo jim zvesti. Teli ... ki zaradi popularnosti nosijo allstarke, jih po moje ne bodo dolgo. Kakšno leto oziroma ... Ja, kakšno leto oziroma letošnje poletje, potem bojo pa samo stran vrgli. Po moje.

Skomercializirani uporniki?

Jerca je omenila to, kar se je izkazalo za pomembno polje obravnave allstark: njihovo popularizacijo v zadnjih nekaj letih. Tudi Mojca je v zvezi s tem povedala:

[Obuti allstarke je] pač ratalo zdaj za kogarkoli, mislim za kogarkoli; že itak je bilo zmeraj za kogarkoli, ampak mislim, da ni več tako subkulturno povezano, ko je bilo včasih ... [je] prerastlo nek osebni izraz, da človeka povežeš z določenimi zanimanji.

Medtem ko sva s Teo kramljali v eni izmed ljubljanskih restavracij, sva ugotovili, da so izmed osmih gostov noge petih obute v allstarke. V tem kontekstu je tudi Tea izpostavila podobno kot Jerca:

Prej si imel mogoče eno skupino rockerjev, metalcev, tako kot sem ti rekla. Saj to mogoče ... ful ni kul, da sem zdaj tako samo v eno skupino, posebej glede na princip glasbe, uvrstila nositelje allstark, ampak – roko na srce – tako je pač bilo ... ta zvrst glasbe, njeni poslušalci so to imeli ... Danes se mi pa tako zdi, da ne moreš več samo tako definirati, da samo rockerji nosijo, ampak danes vidiš te, na primer punce – dobro, saj ne moreš zdaj predvidevati, kakšno zvrst glasbe poslušajo – ampak so tako, ja, postale že čisto skomercializirane, če tako rečem dobesedno.

¹⁷ Opredelitev stila kot individualne konstrukcije estetike, ki ni osnovana zgolj na tem, kaj imaš oblečeno, pač pa tudi na tem, kako imaš oblečeno, povzemam po Millerju (2010: 15).

¹⁸ Alexandra Sherlock (2014), ki se v svoji raziskavi osredotoča na čevlje Clarks Originals, ki so v osemdesetih in devetdesetih letih prav tako pridobili močne povezave z glasbeno kulturo (predvsem z indie rock glasbo), ugotavlja podobno: sogovorniki, ki jih je k nakupu čevljev pritegnila povezava z glasbo, so na tiste, ki te čevlje nosijo, poslušajo pa drugačno zvrst glasbe ali pa kupujejo nove, moderne modele, gledali neodobravojoče.

Opisana primera spominjata na to, kar je Dick Hebdige poimenoval inkorporacija v materialni obliki¹⁹. Proces se začne, ko – v veliki meri preko medijev – subkulturni stil postane ljudem vedno bolj »domač« in se nenazadnje pojavi v modnih trgovinah. Na tak način se t. i. subkulturna »drugačnost« zmanjša in proces inkorporacije je v teku (Hebdige 1979: 94–99).

156

Pojav je povezan s potrošnjo, ta pa vedno bolj s popularno kulturo (in nasprotno). Popularizacija stilov, ki so »navdihnjeni od preteklosti«, je nekaj, kar v obravnavi sodobnega znamčenja čevljev Dr. Martens podrobno obravnava Cath Davies (2014). Namreč, podobno kot allstarke so tudi čevlji Dr. Martens preko samovoljne prilastitve subkulturnih skupin (v sedemdesetih in osemdesetih) nato prešli v sfero množične kulture. Kot je v zadnjih letih – glede na besede sogovornikov – opaziti pri allstarkah, je tudi prodaja čevljev Dr. Martens (med, vzemimo, letoma 2011 in 2012) narasla (kar za dvesto trideset procentov) (Davies 2014: 2). Samo podjetje pa reprezentacijo, ki je bila martenskam pripeta neodvisno od njihove volje, izkorišča in generira z namenom, da bi (še) povečali prodajo. Izvirne asociacije z nekonformističnimi stališči, ki so bile sinonim za subkulturne tradicije pa so – kar je pomembno – evocirane zgolj kot abstraktni koncepti, varno zapakirani v idejo individualnosti in kreativnosti (Davies 2014: 1–8). Dr. Martens so tako – ironično – začeli proizvajati tudi v t. i. uličnem stilu (*street style*) ter tako znotraj potrošniško usmerjene produkcije zajeli vse tiste procese, ki so prej stekli spontano in kot dejanja nekonformnosti²⁰ (Davies 2014: 14). Paradoks, ki se je pojavil, ko je – skladno z naraščanjem popularnosti – začela naraščati cena čevljev Dr. Martens, je, kot povzame moj sogovornik Dejan, zaznati tudi pri allstarkah:

Ja, takrat [v osnovni šoli – op. V. Z.] je bilo še kul, ker niso bile tako drage. Ker če si zadel ta pravi čas, si dobil to za dva čuka ali nekaj takega ... Kar je bilo zakon. Zdaj pa so sedemdeset flik, kar je absurd in ... To je ravno tisto, ravno to je smešno! Ker kao mi predstavlja po eni strani neki antikapitalizem, punk, rock pa ne vem kaj še vse, pa dajem sedemdeset evrov za en butasi čevelj, kar je pač ... Ja no, so simbol nečesa, pol pa so v bistvu čisto nekaj drugega.²¹

Podobno, kot so bile bodisi zaradi vsakdanjega nošenja bodisi zaradi aktivnega spreminjanja podobe (tj. okraševanje, uničevanje, dodatkov) martenske del kreativnih procesov, so tudi pri allstarkah pomembna dejanja, ki jih »personalizirajo« (Dant 1999: 32–38). S tem, ko so v uporabi – tj. na nogah –

¹⁹ Proces inkorporacije je Hebdige namreč razdelil na dve obliki: materialno in ideološko, vendar je hkrati tudi opozoril, da se je delitvi na ti dve obliki potrebno izogibati (Hebdige 1979: 94–99).

²⁰ Danes so čevlji Dr. Martens del modne obutve, a Davies poroča, da so jih subkulturne skupine 'posvojile' ravno zato, ker sprva niso bili povezani z modo, bili so anti-modni (Davies 2014: 4). V šestdesetih, ko je bil oblikovan (danes najbolj prepoznan) model 1460, je par čevljev stal 2 funta, uporabljali pa so ga predvsem delavci (Bergstein 2012: 183–189).

²¹ Ena izmed ugotovitev raziskave za potrebe magistrske naloge (Zavratnik 2014) je povezana tudi z opažanjem rasti cen, ki so jo zaznali vsi sogovorniki. Spomnijo se, da so bile allstarke že v preteklosti drage. Na nakup tako spominja cela vrsta tegob – od »šparanja« denarja za nakup do prepričevanja staršev. Čeprav vsi razen ene sogovornice strogo ločijo med originalnimi modeli Converse All Star in ponaredki – pri čemer favorizirajo prve – pa je visoka cena razlog, da so nekateri tudi že kupili »fejkice«, ki so, tako pravijo, bistveno cenejše. Razlog za rast cen je po njihovem mnenju povezan s porastom popularnosti tudi med tistimi, ki – lahko bi rekli – niso pravi alstarkarji in allstarke nosijo (samo) zaradi popularnosti.

se allstarke namreč prilagajajo potrebam in željam posameznika. V prvi vrsti se obuvalo prilagodi obliki stopala in se odzove na aktivnosti, v katere je vključeno, po drugi strani pa gre za aktivno nošenje, ki allstarkam (in alstarkarjem) da vtis »avtentičnosti«. Sploh v obdobju najstništva je bilo ekstremno ravnanje in spreminjanje podobe bolj prisotno in pomembno, saj, kakor pravi Dejan:

... so se mi zdeli tisti, ki so furali allstarke v srednji ... pa da so imeli spucane, pač lepe čevlje, da je bilo belo res belo, pa da si videl, da mu jih mama pere doma, no ... to je bilo meni šminkersko ... to je bilo meni narobe. Sploh ne vem. Pač ni se mi zdelo prav, da so allstarke take.



Personalizirane allstarke, Spodnji Leskovec (foto: Veronika Zavratnik, 2014)

Občutek avtentičnosti, ki so ga dajale umazane, raztrgane, popisane in uničene allstarke, je z odraščanjem nekoliko zbledel, (samo?)percepcija upornika, ki ni poslušal staršev, ki se je upiral »porihtanemu svetu«, »kravati«, »lakastim čevljem« in ki je šel »proti toku«, je do neke mere ostala v najstniških letih, v ospredje pa so stopili drugi faktorji.

Kot copati

Kot dokazano so – vsaj za moje sogovornike – kulturne reprezentacije allstark pomembne. Za razumevanje podrobnega družbenega pomena čevljev pa je pomembno razumeti tudi, kako se – skozi uporabo – kulturne reprezentacije utelešajo. Za tako razumevanje je empirični pristop nujen; potrebno je spremljanje teles, ki čevlje nosijo, kot tudi kontekstov, znotraj katerih se pojavljajo (Sherlock 2014: 28).

Kar je pri allstarkah nenehno sililo v ospredje, je njihova udobnost. Pravzaprav: udobnost je tista lastnost allstark, ki je za večino sogovornikov

(sedaj) najbolj pomembna. Čeprav je v večini primerov tisto udobje, ki ga najbolj občutimo, fizično udobje, pa gre pri allstarkah za občutenje celotne konceptualne širine udobja. Miller in Woodward (2012) sta med raziskavo o kavbojkah namreč ugotovila, da izkušnja udobja sega nekoliko globlje in se razteza preko treh pomenskih ravni: praktične, (priložnosti) primerne (*appropriate comfort*) in cone udobja. V praksi take delitve udobja ne občutimo.

158

Udobje in praktičnost sta povezana na različne načine, predvsem pa pri vsakem posamezniku na drugačen način. Za allstarke se zdi, da so praktične, ker jih lahko oblečeš k čemur koli (krilu, (kratkim) hlačam, obleki) in so primerne za različne priložnosti – če so dobro ohranjene ali nove, so primerne tudi za poroko ali valetu. Drugi aspekt praktičnosti je finančni, saj obrabljenih allstark, s popokano gumo in prvimi luknjicami na platnenem delu, ni potrebno zamenjati kar takoj, tak videz jim je dovoljen, je celo zaželen (Miller in Woodward 2012: 65–71). Druga pomenska raven udobja najboljšo ustreznico v slovenskem jeziku morda dobi z izrazom »sproščenost«; nanaša se na počutje v določeni situaciji, javnosti in nasploh v prisotnosti drugih ljudi in je v veliki meri povezana s samozavestjo. Tu nastopi lastnost oblačil, da hkrati omogočijo konformiranost in izražanje individualnosti (Miller in Woodward 2012: 72–77). Z odraščanjem so se allstarke nekoliko prilagodile ustaljenim družbenim normam (ki narekujejo skrb za urejeno obutev), kljub temu pa skozi kulturne pomene, ki se allstark držijo, tisti, ki jih nosijo (na način, kako jih nosijo), še vedno »pošiljajo« sporočila o tem, kdo so. Sporočilna raven se je izkazala za zelo pomembno. Tretja semantična raven se, ponovno, nanaša na dobro počutje, vendar tokrat na bolj dolgoročni proces iskanja ravnotežja. Cona udobja je sprva ozka, nato pa se s časom širi – šele ko nekaj (ali nekoga) dobro spoznamo, se počutimo udobno, ko to uporabljamo; gre za proces naturalizacije (Miller in Woodward 2012: 77–82). Allstarke sčasoma postanejo del rutine in ni ti treba razmišljati, kaj boš obul, saj je izbira jasna. V tem procesu spoznaš tudi, kdo si, in ugotoviš, kaj ti (ne) ugaja.

Udobje, ki se je materializiralo skozi allstarke, je (za sogovornike) posledica utelešenja kulturnih reprezentacij in vrednot, vezanih na obravnavane čevlje preko prakse nošenja. Gre pravzaprav za (pre)izpraševanje načina, na katerega so čevlji pripomogli k temu, da so sogovorniki reprezentacije, ki so bile čevljem pridane, »izživeli« (Sherlock 2014: 32–40). Z gumijastimi podplati in belo gumijasto obrobo ter platnenim vrhnjim delom so allstarke omogočile utelešanje kulturnih referenc ter vplivale na percepcijo kulturne in glasbene dediščine. Z drugimi čevlji bi izkušnja verjetno bila drugačna (ali nemogoča).

V smeti? »Mislim, da ne!«

Udobnost in vsestranskost allstark zagotavljata (ali pa vsaj sta zagotavljala), da so prisotne ob številnih (za posameznike pomembnih) priložnostih. Za materiale, ki so odzivni na vplive iz okolja in pogosto nošenje, pa se zdi, da so bistveni pri tem, kako se spomini na pomembne dogodke z allstarkami materializirajo. Na neki način materialnost samega čevlja z utelešanjem sledi v materialu in obliki (tj.

umazana in popokana guma, luknje v platnu in umazanija, ki je tudi pralni stroj ne more več izprati, podpisi ipd.) omogoča materializiranje spominov (Sherlock 2014: 42; Hockey et al. 2013: 9). Ker »'nosijo' znake posameznikove uporabe« (Habinc 2004: 28), so za nekatere sogovornike pridobile sentimentalno vrednost. Ko allstarke izgubijo funkcionalno vrednost, se je zato od njih težko ločiti in so velikokrat shranjene za spomin. Recimo, Mojca za svoje prve allstarke, ki jih še vedno hrani, pravi, da jo

... vežejo na te spomine. Na neke prve dogodke v življenju, takrat pač zato popolnoma nove in unikatne in jih imam mogoče tudi zaradi tega, ker so mi en prijeten spomin na to, kako je bilo takrat, ko si bil popolnoma naiven in si utopično verjel v ne vem kaj še vse in bil en lep primer človeka oziroma tega, kaj se da vse narediti ... in se mi zdi, da se to pač ful poklapa z nekim obdobjem, v katerem sem jih nosila.

159

Podobno kot za svoje allstarke pravi Mojca, tudi za nekatere druge sogovornike te delujejo kot »sidra«, ki lastnika zasidrajo v določenem času in prostoru. Na neki način delujejo celo kot biografski predmeti, ki z lastniki delijo življenje, skozi njihovo (ob)rab(ljen)o(st) pa se lahko zrcali človekovo odraščanje (/staranje) in spreminjanje (Hoskins 1998: 8). Zaradi kulturnih pomenov, ki so allstarkam pripeti, se skozi njih največkrat materializira spomin na mladost, brezskrbnost ipd. Na tem mestu je na delu to, kar Jože Vogrinc imenuje »evokativna moč« predmetov: sposobnost, da spominjajo na osebne doživljaje (Vogrinc 2005). Podobno kot za čevlje Clarks Originals ugotavlja Alexandra Sherlock, tudi za allstarke velja, da preko reprezentacijske ravni in (upo)rabe znotraj določenega kulturnega (in geografskega) okolja reificirajo z glasbenimi žanri povezano ideologijo, hkrati pa jih njihovo mesto znotraj te iste glasbene scene dela nabite s kulturnim pomenom (Sherlock 2014: 40).

Po tem, ko niso več v uporabi, lahko allstarke torej postanejo tudi predmet, ki je shranjen za spomin²², in nekateri jih ob izbrani priložnosti še vedno obujejo. Za marsikaterega sogovornika je trenutek dokončne ločitve od allstark tisti, ki se mu izogibajo, z njim odlašajo ali se o tem celo pripravljajo (s starši). Na neki način se njihovo (družbeno) življenje pravzaprav nikoli ne konča – živijo lahko tudi skozi pripovedi in spomine.

Tako je z allstarkami oziroma »Ne maram drugih čevljev!«

Allstarke bodisi obute na nogah bodisi spravljene v omari so torej – kot v uvodni misli o predmetih zapiše Christopher Tilley (2012b: 61) – eden izmed medijev, skozi katerega sogovorniki sami sebe pravzaprav ustvarjajo in spoznavajo. Njihova fizična prisotnost pa omogoča, da se v njih utelesijo kulturne

²² O tem v disertaciji na kratko piše tudi Janja Žagar (2011), ki na primeru svojih sogovornikov ugotovi, da so tiste, ki čevlje shranjujejo za spomin, večkrat ženske. Gre za čevlje, ki jih bodisi spominjajo na dogodke, življenjska obdobja, potovanja in podobno – kar za shranjene allstarke omenjajo tudi moji sogovorniki. Nekatere njene sogovornice so shranile tudi majhne čevlje svojih otrok (2011: 180). Po njenih ugotovitvah moški v omari za čevlje lažje »naredijo red« in se znebijo čevljev, ki zanje nimajo več praktične vrednosti.

reprezentacije, ki so jim bile pripete. So tudi pomemben del tega, kdo sogovorniki so ter kako občutijo in kakšen je njihov pogled na svet. Interakcija s predmeti je namreč sestavni del družbenih odnosov, to, katere in kako uporabljamo, pa je del izražanja pripadnosti družbi oziroma njenemu delu (Dant 1999: 2).

Podobno kot velja za oblačila, je tudi pri obravnavi obutve v mislih potrebno obdržati dejstvo, da sama po sebi nima pomena – ta leži v oblačilih (in obutvi)-v-določeni-situaciji (Dant 1999: 97). Zgodbe tistih, ki se ne prištevajo med ljubitelje allstark, bi zagotovo pokazale na drugačne procese; raziskovalna spoznanja so namreč partikularna.²³

160

Allstarke so bile na neki način tudi edina stična točka vseh, ki so mi pri raziskavi pomagali; vsi jih (še vedno) nosijo. Nekateri vsak dan, drugi na dela proste dneve, tretji spet takrat, ko se želijo počutiti »udobno«. In zdi se, da je pri allstarkah najpomembnejše ravno to, da jih lahko vsak nosi na drugačen, svoj način; to posameznikom omogoča, da z njimi izražajo svojo individualnost. Če zaključim z Martininimi besedami:

Se mi zdi, da še ohranjajo [tisti, ki jih nosijo – op. V. Z.] ... en taki duh; živi, živahen, kreativen duh. Smisel za humor spada zraven – po navadi pri določenem deležu ljudi črn smisel za humor. Pač, da niso oni zamorjeni, urejeni ljudje s hišo, psom in otroki in službo, ampak imajo poleg še kaki ideal ... Na splošno ... da so kritični še vedno, da se še pač niso vdali v smislu 'takle mamó'.

LITERATURA IN VIRI

APPADURAI, Arjun

1986 Introduction: commodities and the politics of value. V: A. Appadurai (ur.), *The social life of things: commodities in cultural perspective*. Cambridge [etc.]: Cambridge University Press. Str. 1–63.

BENNETT, Andy

2005 *Culture and everyday life*. London [etc.]: Sage.

BERGSTEIN, Rachele

2012 *Women from the ankle down: the story of shoes and how they define us*. New York [etc.]: Harper Perennial.

DANT, Tim

1999 *Material culture in the social world: values, activities, lifestyles*. Buckingham, Philadelphia: Open University Press.

DAVIES, Cath

2014 Smells like teens spirit: channelling subcultural traditions in contemporary Dr Martens branding. *Journal of Consumer Culture* 0, št. 0, str. 1–17. doi: 10.1177/1469540514521079

DIETLER, Michael

2010 Consumption. V: D. Hicks, M. C. Beaudry (ur.), *The Oxford handbook of material culture studies*. Oxford, New York: Oxford University Press. Str. 209–228.

DILLEY, Rachel [et al.]

2015 Occasions and non-occasions: identity, femininity and high-heeled shoes. *European Journal of Women's Studies* 22, št. 2, str. 143–158.

²³ Kot povzame Chris Tilley, »ni in nikoli ne more biti edine in 'pravilne' teoretske pozicije, ki bi jo izbrali za preučevanje materialnih oblik ali da bi 'izčrpali' njihov potencial posredovanja informacij o konstituciji kulture ali družbe« (Tilley 2012a: 10).

- FISKE, John
2000 *Reading the popular*. London, New York: Routledge.
- GILL, Alison
2006 Limousines fort he feet: the rhetoric of sneakers. V: G. Riello, P. McNeil (ur.), *Shoes: a history from sandals to sneakers*. Oxford, New York: Berg. Str. 371–385.
- HABINC, Mateja
2004 *Ne le rožmarin za spomin: o spominskih predmetih in njihovem shranjevanju*. Ljubljana: Oddelek za etnologijo in kulturno antropologijo, Filozofska fakulteta.
- HEBDIGE, Dick
1979 *Subculture: the meaning of style*. London, New York: Methuen & Co.
- HICKS, Dan
2010 The material-cultural turn: event and effect. V: D. Hicks, M. C. Beaudry (ur.), *The Oxford handbook of material culture studies*. Oxford, New York: Oxford University Press. Str. 25–98.
- HOCKEY, Jenny [et al.]
2013 Worn shoe: identity, memory and footwear. *Sociological Research Online* 18, št. 1. <<http://www.socresonline.org.uk/18/1/20.html>> [11.4.2015].
2014 The temporal landscape of shoes: a life course perspective. *The Sociological Review* 62, št. 2, str. 255–275. <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-954X.12154/pdf>> [11.4.2015].
2015 There's not just trainers or non-trainers, there's like degrees of trainers: commodisation, singularisation and identity. *Journal of Material Culture* 20, št. 1, str. 21–42.
- HOSKINS, Janet
1998 *Biographical objects: how things tell the stories of people's lives*. New York, London: Routledge.
- INGOLD, Tim
2004 Culture on the ground: the world perceived through feet. *Journal of Material Culture* 8, št. 3, str. 315–340.
- KNIFIC, Bojan
2010 Med zbiranjem in izbiranjem: kaj od oblačil in oblačilnih dodatkov so zbirali (in zbrali) v Slovenskem etnografskem muzeju in v Pokrajinskem muzeju v Mariboru. *Glasnik Slovenskega etnološkega društva* 50, št. 3–4, str. 53–62.
- KOPYTOFF, Igor
1996 The cultural biography of things: commodization as process. V: A. Appadurai (ur.), *The social life of things: commodities in cultural perspective*. Cambridge, New York: Cambridge University Press. Str. 64–94.
- LINDER, Christoph
2015 The oblique art of shoes: popular culture, aesthetic pleasure, and the humanities. *Journal for Cultural Research* 19, št. 3, str. 233–247.
- MILLER, Daniel
2005 Materiality: an introduction. V: D. Miller (ur.), *Materiality*. Durham: Duke University Press. Str. 1–50.
2010 *Stuff*. Cambridge, Malden: Polity Press.
- MILLER, Daniel; WOODWARD, Sophie
2012 *Blue jeans: the art of the ordinary*. Berkley [etc.]: University of California Press.
- MITCHELL, Louise
2008 *Stepping out: three centuries of shoes*. Sydney: Powerhouse Publishing.
- MLEKUŽ, Jernej
2008 *Burek.si?!: koncepti: recepti*. Ljubljana: Studia Humanitatis.
2011 Prislunhimo tišini? V: J. Mlekuž (ur.), *Klepetavi predmeti: ko predmeti spregovorijo o nas in o drugih*. Ljubljana: Založba ZRC, ZRC SAZU. Str. 9–17.
- MURŠIČ, Rajko
2000 *Trate vaše in naše mladosti: zgodba o mladinskem rock klubu*. Ceršak: Subkulturni azil.
- PETERSON, Hal
2007 *Chucks!: the phenomenon of Converse Chuck Taylor Allstars*. New York: Skyhorse Publishing.

RIELLO, Giorgio; McNEIL, Peter

2006 A long walk: shoes, people and places. V: G. Riello, P. McNeil (ur.), *Shoes: a history from sandals to sneakers*. Oxford, New York: Berg. Str. 2–28.

SHERLOCK, Alexandra

2014 “It’s kind of where the shoe gets you to I suppose”: materializing identity with footwear. *Critical Studies in Fashion & Beauty* 5, št. 1, str. 25–51.

SHIPPER, Thomas K.

2002 Od predmetov do simbolov: spreminjajoče se perspektive pri preučevanju materialne kulture v Evropi. *Etnolog* 12, str. 125–137.

SEMMEHACK, Elizabeth

2006 A delicate balance: women, power and high heels. V: G. Riello, P. McNeil (ur.), *Shoes: a history from sandals to sneakers*. Oxford, New York: Berg. Str. 224–249.

STRINATI, Dominic

162

2004 *An introduction to theories of popular culture*. London, New York: Routledge.

TILLEY, Christopher

2012a Theoretical perspectives. V: C. Tilley [et al.] (ur.), *Handbook of material culture*. Los Angeles [etc.]: Sage. Str. 7–13.

2012b Objectification. V: C. Tilley [et al.] (ur.), *Handbook of material culture*. Los Angeles [etc.]: Sage. Str. 60–73.

TURNER, Thomas

2013 *The sports shoe: a social and cultural history, c. 1879 – c. 1990: PhD thesis*. Birbeck: University of London, Department of history, classics and archaeology.

VIANELLO, Andrea

2006 Courtly lady or courtesan?: the Venetian chopine in the renaissance. V: G. Riello, P. McNeil (ur.), *Shoes: a history from sandals to sneakers*. Oxford, New York: Berg. Str. 76–93.

VOGRINC, Jože

2005 Kako so predmeti oživel in kaj jim danes vdihuje življenje?: sociologove opazke. *Argo* 48, št. 2, str. 139–141.

ZAVRATNIK, Veronika

2014 »Ko predmeti postanejo pomembni, niso več naključni«: pomen materialne kulture pri tvorbi identitete posameznika: magistrsko delo. Ljubljana: [V. Zavrtnik].

ŽAGAR, Janja

1998 O »anarhiji« tudi tako. *Etnolog* 8, str. 477–480.

2011 *Osební videz: izbira in komunikacija: doktorska disertacija*. Ljubljana: [J. Žagar].

2012 Zbiralna vodila nekega kustodiata. *Argo* 55, št. 2, str. 66–70.

WOODWARD, Ian

2007 *Understanding material culture*. Los Angeles [etc.]: Sage.

WOODWARD, Sophie

2007 *Why women wear what they wear*. Oxford, New York: Berg.

BESEDA O AVTORICI

Veronika Zavratnik je doktorska študentka na Oddelku za etnologijo in kulturno antropologijo Filozofske fakultete v Ljubljani. Diplomirala je na področju muzeologije, magistrsko delo pa je v središče postavljalo materialno kulturo, z osredotočenjem na obutvi oziroma allstarkah. V nastajajoči doktorski disertaciji raziskovanje in (s)poznavanje obutve nadgrajuje v Ljubljani in delno tudi v Londonu (na University College London). Del svojega zanimanja usmerja še v razumevanje vloge popularne kulture znotraj sodobnih muzeoloških smernic.

ABOUT THE AUTHOR

Veronika Zavratnik is a doctoral student at the Department of Ethnology and Cultural Anthropology, Faculty of Arts, University of Ljubljana. She graduated in museology and her master's dissertation focused on material culture, with an emphasis on footwear and All Stars. In her doctoral dissertation she expands her research and knowledge of footwear in Ljubljana and partly in London (at the University College London). Part of her interests focuses on the understanding of the role of popular culture within modern museological trends.

SUMMARY

“All Stars endured a little longer”. Shoes as part of the material culture

In recent decades material culture has (re)gained (research) attention in the human and social sciences. In the light of researches emphasizing the importance and role of (everyday) objects the article focuses on a chosen type of leisure footwear – All Stars. After a short historical overview and addressing the different aspects of the chosen type of footwear, the article shows that All Stars are an important part of who my interviewees are, and who they are becoming. Because of their close connections with certain subculture groups (especially punk, rock and grunge groups), All Stars are (were) attributed recognisable cultural representations, which had an important impact on those who declared themselves fans of All Stars. This shows to be important in particular from two points of view: showing one's (non-)affiliation to certain social groups and expressing individuality. The latter is connected in particular with teenagers using active processes of personalization (dyeing, drawings, changing the laces), which bring the All Stars closer to one's personal taste, and at the same time emphasize the unique identity of their wearer. In recent years we have noticed an increase in the presence, use, and diversity of All Stars, revealing so-called non-authentic All Stars wearers, who lack the knowledge of the level of symbolic representations. Two aspects related to wearing All Stars have come to the fore: comfort and their storage.