

Все права защищены. Книга или любая ее часть не может быть скопирована, воспроизведена в электронной или механической форме, в виде фотокопии, записи в память ЭВМ, репродукции или каким-либо иным способом, а также использована в любой информационной системе без получения разрешения от издателя. Копирование, воспроизведение и иное использование книги или ее части без согласия издателя является незаконным и влечет уголовную, административную и гражданскую ответственность.

Издание для досуга
ИСТОРИЯ МОДЫ В ДЕТАЛЯХ

Николас Смит
КРОССОВКИ
ИСТОРИЯ КУЛЬТОВОЙ ОБУВИ ШАГ ЗА ШАГОМ

Главный редактор *Р. Фасхутдинов*
Руководитель направления *Л. Ошеверова*
Ответственный редактор *Д. Крашенинникова*
Младший редактор *К. Мазеева*
Корректоры *Т. Бородоченкова, И. Федорова*

ООО «Издательство «Эксмо»
123308, Москва, ул. Зорге, д. 1. Тел.: 8 (495) 411-68-86.
Home page: www.eksmo.ru E-mail: info@eksmo.ru
Өндіруші: «ЭКМО» АҚБ Баспасы, 123308, Мәскеу, Ресей, Зорге көшесі, 1 үй.
Тел.: 8 (495) 411-68-86.

Home page: www.eksmo.ru E-mail: info@eksmo.ru
Таяар белгісі: «Эксмо»

Интернет-магазин : www.book24.ru

Интернет-магазин : www.book24.kz

Интернет-дүкен : www.book24.kz

Импортер в Республику Казахстан ТОО «РДЦ-Алматы»,
Қазақстан Республикасындағы импорттаушы «РДЦ-Алматы» ЖШС.
Дистрибутор и представитель по приему претензий на продукцию,
в Республике Казахстан: ТОО «РДЦ-Алматы»
Қазақстан Республикасында дистрибутор және өнім бойынша арыз-талаптарды
қабылдаушының өкілі «РДЦ-Алматы» ЖШС,
Алматы қ., Домбровский көш., 3-а», литер Б, офис 1.
Тел.: 8 (727) 251-59-90/91/92; E-mail: RDC-Almaty@eksmo.kz
Өнімнің жарамдылық мерзімі шектелмеген.

Сертификация туралы ақпарат сайтта: www.eksmo.ru/certification

Сведения о подтверждении соответствия издания согласно законодательству РФ
о техническом регулировании можно получить на сайте Издательства «Эксмо»
www.eksmo.ru/certification

Өндірген мемлекет: Ресей. Сертификация қарастырылмаған

Подписано в печать 16.04.2019. Формат 60x90¹/₁₆.
Печать офсетная. Усл. печ. л. 22,0 + вклейка.
Тираж экз. Заказ

ISBN 978-5-04-099817-3



9 785040 998173 >



В ЭЛЕКТРОННОМ ВИДЕ книги издательства вы можете
купить на www.litres.ru

ЛитРес:
ОДИН КЛИК ДО КНИГ



Оптовая торговля книгами «Эксмо»:
ООО «ТД «Эксмо», 123308, г. Москва, ул. Зорге, д. 1, многоканальный тел.: 411-50-74.
E-mail: reception@eksmo-sale.ru

По вопросам приобретения книг «Эксмо» зарубежными оптовыми
покупателями обращаться в отдел зарубежных продаж ТД «Эксмо»
E-mail: international@eksmo-sale.ru

*International Sales: International wholesale customers should contact
Foreign Sales Department of Trading House «Eksmo» for their orders.*
international@eksmo-sale.ru

По вопросам заказа книг корпоративным клиентам, в том числе в специальном
оформлении, обращаться по тел.: +7 (495) 411-68-59, доб. 2261.
E-mail: ivanova.ey@eksmo.ru

Оптовая торговля бумажно-беловыми
и канцелярскими товарами для школы и офиса «Канц-Эксмо»:
Компания «Канц-Эксмо»: 142702, Московская обл., Ленинский р-н, г. Видное-2,
Белокаменное ш., д. 1, а/я 5. Тел.: /факс +7 (495) 745-28-87 (многоканальный).
e-mail: kanc@eksmo-sale.ru, сайт: www.kanc-eksmo.ru

В Санкт-Петербурге: в магазине «Парк Культуры и Чтения БУКВОЕД», Невский пр-т, д. 46.
Тел.: +7(812)601-0-601, www.bookvoed.ru

Полный ассортимент книг издательства «Эксмо» для оптовых покупателей:

Москва. ООО «Торговый Дом «Эксмо». Адрес: 123308, г. Москва, ул. Зорге, д. 1.
Телефон: +7 (495) 411-50-74. E-mail: reception@eksmo-sale.ru

Нижний Новгород. Филиал «Торгового Дома «Эксмо» в Нижнем Новгороде. Адрес: 603094,
г. Нижний Новгород, ул. Карпинского, д. 29, бизнес-парк «Грин Плаза».
Телефон: +7 (831) 216-15-91 (92, 93, 94). E-mail: reception@eksmo-nn.ru

Санкт-Петербург. ООО «СЗКО». Адрес: 192029, г. Санкт-Петербург, пр. Обуховской Обороны,
д. 84, лит. «Е». Телефон: +7 (812) 365-46-03 / 04. E-mail: server@szko.ru

Екатеринбург. Филиал ООО «Издательство Эксмо» в г. Екатеринбурге. Адрес: 620024,
г. Екатеринбург, ул. Новинская, д. 2щ. Телефон: +7 (343) 272-72-01 (02/03/04/05/06/08).
E-mail: petrova.ea@ekat.eksmo.ru

Самара. Филиал ООО «Издательство «Эксмо» в г. Самаре.
Адрес: 443052, г. Самара, пр-т Кирова, д. 75/1, лит. «Е».
Телефон: +7(846)207-55-50. E-mail: RDC-samara@mail.ru

Ростов-на-Дону. Филиал ООО «Издательство «Эксмо» в г. Ростове-на-Дону. Адрес: 344023,
г. Ростов-на-Дону, ул. Страны Советов, д. 44 А. Телефон: +7(863) 303-62-10. E-mail: info@rnd.eksmo.ru
Центр оптово-розничных продаж Cash&Carry в г. Ростове-на-Дону. Адрес: 344023,
г. Ростов-на-Дону, ул. Страны Советов, д. 44 В. Телефон: (863) 303-62-10.
Режим работы: с 9-00 до 19-00. E-mail: rostov.mag@rnd.eksmo.ru

Новосибирск. Филиал ООО «Издательство «Эксмо» в г. Новосибирске. Адрес: 630015,
г. Новосибирск, Комбинатский пер., д. 3. Телефон: +7(383) 289-91-42. E-mail: eksmo-nsk@yandex.ru
Хабаровск. Обособленное подразделение в г. Хабаровске. Адрес: 680000, г. Хабаровск,
пер. Дзержинского, д. 24, литера Б, офис 1. Телефон: +7(4212) 910-120. E-mail: eksmo-khv@mail.ru

Тюмень. Филиал ООО «Издательство «Эксмо» в г. Тюмени.
Центр оптово-розничных продаж Cash&Carry в г. Тюмени.
Адрес: 625022, г. Тюмень, ул. Алебашевская, д. 9А (ТЦ Перестройка+).
Телефон: +7 (3452) 21-53-96/ 97/ 98. E-mail: eksmo-tumen@mail.ru

Краснодар. ООО «Издательство «Эксмо» Обособленное подразделение в г. Краснодаре
Центр оптово-розничных продаж Cash&Carry в г. Краснодаре
Адрес: 350018, г. Краснодар, ул. Сормовская, д. 7, лит. «Г». Телефон: (861) 234-43-01(02).

Республика Беларусь. ООО «ЭКМО АСТ Си энд Си». Центр оптово-розничных продаж
Cash&Carry в г. Минске. Адрес: 220014, Республика Беларусь, г. Минск,
пр-т Жукова, д. 44, пом. 1-17, ТЦ «Outleto». Телефон: +375 17 251-40-23; +375 44 581-81-92.

Режим работы: с 10-00 до 22-00. E-mail: exmoast@yandex.by

Казахстан. РДЦ Алматы. Адрес: 050039, г. Алматы, ул. Домбровского, д. 3 «А».
Телефон: +7 (727) 251-59-90 (91,92). E-mail: RDC-Almaty@eksmo.kz

Интернет-магазин: www.book24.kz

Украина. ООО «Форс Украина». Адрес: 04073 г. Киев, ул. Вербовая, д. 17а.
Телефон: +38 (044) 290-99-44. E-mail: sales@forsukraine.com

**Полный ассортимент продукции Издательства «Эксмо» можно приобрести в книжных
магазинах «Читай-город» и заказать в интернет-магазине www.chitalai-gorod.ru.**
Телефон единой справочной службы 8 (800) 444 8 444. Звонок по России бесплатный.

Интернет-магазин ООО «Издательство «Эксмо»
www.book24.ru

Розничная продажа книг с доставкой по всему миру.
Тел.: +7 (495) 745-89-14. E-mail: imarket@eksmo-sale.ru

EKSMO.RU

новинки издательства



BOOK24.RU
ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН
ИЗДАТЕЛЬСТВА
BOOK24.RU



*Посвящается моей жене Гадир,
у которой все еще больше кроссовок,
чем у меня*

«В туфлях на высоких каблуках вам
не может быть так же удобно, как в кроссовках.
Но, знаете ли, не все хотят носить кроссовки.
Они предназначены для других целей».

– КРИСТИАН ЛАБУТЕН –

«Мы в Лос-Анджелесе носим Chucks,
а не Ballys».

– ТУПАК ШАКУР –

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|---|-----|
| Пролог | 11 |
| 1 Отец изобретения | 19 |
| 2 Корзины для персиков и наборы для тенниса | 36 |
| 3 Джонни — Баскетбольное зерно | 49 |
| 4 Война и братья | 61 |
| 5 Неутомимый Бауэрман | 76 |
| 6 Свуш | 91 |
| 7 Стиль кортов и баскетбольных площадок | 107 |
| 8 Все делают это | 123 |
| 9 Тем временем на Западном побережье | 140 |
| 10 Давайте займемся физкультурой | 157 |
| 11 Стиль и поток | 171 |
| 12 Его воздушство | 186 |
| 13 Марс и Майк | 201 |
| 14 Битва брендов | 214 |
| 15 Кроссовки: преступление и наказание | 235 |
| 16 Я, сникерхед | 251 |
| 17 Новое возвращение | 270 |
| Эпилог | 289 |
| | |
| Примечания | 295 |
| Слова благодарности | 337 |
| Авторы фотографий | 340 |
| Алфавитный указатель | 341 |
| Об авторе | 348 |

ПРОЛОГ

«Должно быть, это его обувь». Большинство людей слышали это, пусть даже они и не могут вспомнить источник: рекламу кроссовок Air Jordan III от Nike 1989 года. В рекламе Спайк Ли в образе Марса Блэкмона из фильма «Ей это нужно позарез» перечисляет возможные причины того, почему Майкл Джордан — это «лучший игрок во вселенной».

«Данки?»¹ — спрашивает Ли.

«Нет, Марс», — говорит Джордан.

«Спортивные шорты?» — спрашивает Ли.

«Нет, Марс», — говорит Джордан.

«Лысая голова?» — спрашивает Ли.

«Нет, Марс», — говорит Джордан.

«Обувь?» — спрашивает Ли.

Джордан это отрицает, но Ли продолжает кружить вокруг догадки насчет обуви. В тридцатисекундной рекламе слово «обувь» произносится десять раз.

Прежде чем на экране появится знакомый свуш², оговорка о случайном характере совпадений сообщает, что «мне-

¹ В баскетболе бросок мяча в корзину в прыжке из положения на уровне кольца.

² Логотип фирмы Nike, напоминающий росчерк пера. С в у ш — это то, что пролетает, пронесится мимо со свистом. По-русски просто «галочка».

ние мистера Джордана не обязательно отражает мнение Nike, Inc., но все уже понимают послыл: «Должно быть, это его обувь».

С помощью этой рекламы Nike продала миллионы Air Jordan, и самая знаменитая реплика Ли была обречена на бессмертие в поп-культуре. Но эта реклама сработала не только потому, что в ней принимали участие звезды. Это был новый взгляд на идею, с которой большинство из нас жили с юности, идею о том, что обувь творит чудеса.

Хрустальные туфельки Золушки сделали ее принцессой. Рубиновые туфельки Дороти не только перенесли ее обратно в Канзас, но и держали в узде Злую колдунью Запада. Кот в сапогах попросил у хозяина обувь и помог ему получить богатство и титул. Гермес летал с помощью своих крылатых сандалий. Фольклорные сапоги-скороходы позволяли тому, кто их надевал, преодолевать за один шаг большое расстояние. Башмачки маленькой сиротки заставили ее танцевать в сказке Ханса Кристиана Андерсена «Красные башмачки». А в оригинальной версии сказки «Белоснежка» братьев Grimm злобную мачеху затанцевали до смерти заколдованные раскаленные железные туфли.

Перенесемся на несколько веков вперед. Лил Бау Бау, исполнитель главной роли, находит пару волшебных кроссовок, которые позволяют ему профессионально играть в баскетбол в фильме 2002 года «Как Майк». А в серии фильмов о Гарри Поттере ключ для телепортации выглядит как старый башмак. В конце первого сезона «Секса в Большом городе» первое, чем воспользовалась Кэрри Брэдшоу в своем новом стенном шкафу размером с квартиру — сказка для тех, кто знаком с недвижимостью на Манхэттене¹, — это полка для обуви.

¹ В реальной жизни основной процент недвижимости на Манхэттене крайне мал по площади.

Когда Якоб и Вильгельм Гримм собирали фольклор в начале восемнадцатого века, обувь иногда означала разницу между жизнью и смертью, а также между ступенями социальной лестницы. Если у вас не было надежной пары башмаков, трудно было найти работу. Крепкие башмаки давали представителям низшего сословия не волшебную, но полезную возможность не умереть с голоду.

До середины 1800-х годов обувь делали только вручную, процесс был долгим и дорогим. Обуви всегда было мало, и она достаточно высоко ценилась, чтобы вдохновлять поколения рассказчиков историй.

Пусть обувь сегодня не показывает разницу между голодом и сытостью, но она до сих пор сохранила важное символическое значение. Это отразилось в нашем языке. Чтобы понять другого человека, мы должны «пройти милю в его туфлях». Догадка о чем-то характере окажется верной, «если обувь подойдет». О незаменимом человеке скажут, что «его башмаки трудно наполнить». Кое-кто предлагает съесть «свой башмак», если он окажется не прав. О неудобных изменениях говорят, что «башмак не на ту ногу». Пока не произошло нечто неизбежное, мы ждем, чтобы «другой башмак упал».

Наш контакт с обувью как с предметом необычно интимный. Она меняется и приспосабливается под нас так, как ни один другой предмет одежды. Изношенная винтажная рок-футболка, найденная в «Goodwill», может стать сокровищем для хипстера. О поношенной паре кроссовок такого никогда не скажешь. Их подошвы соединяют нас с окружающей средой и защищают от нее. Они могут быть утилитарными, или экспрессивными, или теми и другими одновременно, выбор за нами. Возможно, эти качества и есть источник их привлекательности для нас, они делают кроссовки чем-то большим, чем просто обувь.

И это возвращает нас к Джордану и его кроссовкам Nike. С того момента, как появились спортивные звезды, на которых можно было равняться, дети играли в своих героев

Это была современная версия старой истории: обычный парнишка мог надеть кроссовки и подпрыгнуть, как Джордан, а дочка фермера могла надеть красные башмачки и вернуться домой из Страны Оз.

в полях, во дворах и в песочницах. «Я ДиМаджио. Я Элвей. Я ЛеБрон». Соединив сверхчеловека Джордана с самым обычным Ли, реклама Nike намекала на то, что есть способ преодолеть пропасть между ними. Стодолларовый, но все-таки способ. Это была современная версия старой истории: обычный парнишка мог надеть кроссовки и подпрыгнуть, как Джордан, а дочка фермера могла надеть красные башмачки и вернуться домой из Страны Оз.

Долгое время я о кроссовках не думал. Когда я рос, они были просто повседневной обувью.

Первые кроссовки, к которым, по моим воспоминаниям, я отнесся с почтением, были Air Flight Turbulence от Nike, которые я носил, играя в баскетбол в первом классе старшей школы. Я купил их частично из-за рекламы с участием Дэймона Стадемайра, разыгрывающего защитника экстра-класса из «Торонто Рэпторс». Я знал его по тем временам, когда он играл за «Аризона Уайлдкэтс», самую популярную команду колледжа в моем родном городе. Я купил эти кроссовки еще и потому, что это была прошлогодняя модель. Ее продавали за 40 долларов в аутлете Nike. Это почти даром, если учесть, что самые последние Air Jordan стоили 150 долларов.

Я любил эти кроссовки с их черно-белыми волнистыми линиями и знакомым свушем. Весь учебный год я надевал их только на тренировки и на игры, после которых кроссовки отправлялись прямым ходом в коробку. Едва ли они помогали

долговязому некоординированному четырнадцатилетнему подростку закидывать пятичковые мячи, но я определенно чувствовал себя звездой. Единственный раз я надел их за пределами спортивной площадки, когда ко мне в гости приехали друзья, переехавшие из нашего маленького городка. У них были новые стрижки, новые очки, папка с новенькими CD. А у меня были мои новые кроссовки.

Прошли годы до того момента, когда я снова посчитал кроссовки волшебными. К этому времени баскетбол давно ушел из моей жизни, и его заменил бег на длинные дистанции. Я прочитал книгу Кристофера Макдугла «Рожденный бежать», оду бегу, в которой описывались безжалостные забеги на 160 км, впечатляющие бегуны на сверхдлинные дистанции, неприветливая пустыня и коренное мексиканское племя, члены которого бегали, казалось, всю жизнь в тонких сандалиях. Как марафонец с постоянно возникающей болью в колене, я заинтересовался тем, что Макдугл определил почти как константу для бегунов на сверхдлинные дистанции, а именно минималистской обуви. В книге как будто подразумевалось обещание, что я смогу прикнуть к их племени и распрощаться с болью в колене, как только выброшу мои кроссовки Nike. Должно быть, все дело в обуви.

Я выбрал популярные в то время Vibram FiveFingers, которые выглядели так же странно, как и назывались.

Они были похожи на лапу гориллы с отдельным кармашком для каждого пальца ноги. Но я вдруг стал истинно верующим. Я больше не искал кроссовки, я искал духовный путь в мир природы, связь с частью эволюционного прошлого удивительной выносливости и формы. Обувь в виде ступни казалась подходящей. Я отправился в специализированный магазин обуви для бега и рассказал продавцу, что я ищу и как FiveFingers мгновенно избавят меня от боли и позволят мне бегать вечно.

Продавец разрушил чары. Он предупредил, что замена кроссовок Nike на толстой подошве практически тапочками — это путь к боли в суставе, а не избавление от нее. В результате я вышел из магазина с парой кроссовок для бега Brooks PureConnect цвета электрик, ультралегкими, но все же с системой амортизации. И, в отличие от FiveFingers, они выглядели кроссовками.

Новая обувь заставила меня почувствовать себя иначе. И не только из-за того, как были сконструированы кроссовки Brooks (они обхватывали середину ступни так, как этого не делали Nike), но еще и из-за того, что они ничем не напоминали мои черные, серые или белые кроссовки. По какой-то причине в чисто голубых кроссовках мне казалось, что я бегу быстрее. Так ли это было на самом деле или нет, значения не имело.

НЕТ ДРУГОЙ ТАКОЙ РАЗНООБРАЗНОЙ обуви, как кроссовки. Они могут быть знакомы вам под именем кроссовок, спортивок, тапочек, теннисных туфель, джоггеров или шиповок, но

Каждая пара кроссовок, которую мы носим, говорит о нас очень много.

почти у каждого они есть. Кроссовки помогают нам слиться с толпой или выделиться. Они могут быть основой, вокруг которой мы собираем наш наряд, и тем, что мы надеваем в последнюю минуту перед выходом из дома. И каждая пара кроссовок,

которую мы носим, говорит о нас очень много.

Я видел разнообразие кроссовок на Бостонском марафоне в 2014 году. Я снова не прошел отбор для забега, но, будучи фанатом марафона, пристально следил за ним по ТВ и онлайн.

Спустя год после того, как бомба террориста унесла жизни троих людей и покалечила сотни других, кроссовки были главной частью самодельного мемориала на Копли-сквер,