

ЕКАТЕРИНА
Кулиничева

Кроссовки

культурная
биография
спортивной
обуви



Библиотека журнала «Теория моды»

Екатерина Кулиничева

**Кроссовки. Культурная
биография спортивной обуви**

«НЛО»

2018

УДК 685.346:008

ББК 85.126.6

Кулиничева Е.

Кроссовки. Культурная биография спортивной обуви /
Е. Кулиничева — «НЛО», 2018 — (Библиотека журнала «Теория
моды»)

ISBN 978-5-4448-1039-2

Кроссовки давно стали не только феноменом современной моды, но и феноменом современной культуры, привлекательным и противоречивым одновременно. Книга историка спортивного дизайна и журналиста Екатерины Кулиничевой представляет собой попытку посмотреть на историю этого вида обуви не через историю брендов и моделей, а через ту роль, которую спортивная обувь играла и играет в культуре, через ее «культурную биографию», которая во многом определяет наше отношение к этому предмету гардероба. Именно эта биография находится в фокусе внимания автора. Кроссовки оказываются героями не только истории спорта и моды, но также истории повседневности, медицины и телесности, технических изобретений и промышленности, кино, музыки, субкультур и т. д. В числе героев книги не только бренды и спортсмены, но и режиссеры, музыканты и обычные потребители моды, принимающие или отвергающие кроссовки. Отдельное внимание уделяется кроссовкам как объекту коллекционирования.

УДК 685.346:008

ББК 85.126.6

ISBN 978-5-4448-1039-2

© Кулиничева Е., 2018

© НЛО, 2018

Содержание

Благодарности	6
Введение	8
Глава 1	13
Великая мания	14
Для олимпийцев и физкультурников	17
Шаг к победе в правильной обуви	23
Дедушки кроссовок и не только	25
Обувь, которая понравилась бы Дарвину	46
Конец ознакомительного фрагмента.	48

Екатерина Кулиничева

Кроссовки

Культурная биография спортивной обуви

Посвящается моим родителям Ирине и Анатолию Кулиничевым и мужу Дмитрию Гирицу

Благодарности

Прежде всего я хочу поблагодарить главного редактора журнала «Теория моды» Людмилу Алябьеву, которой принадлежит идея сделать книгу о кроссовках на русском языке. Наши многочисленные обсуждения спортивной моды и того, как ее исследовать, во многом помогли мне сформулировать концепцию этой работы и понять, какой я хочу ее видеть. Я также благодарна Людмиле за советы, терпение и поддержку на всех этапах работы над исследованием.

Я хотела бы поблагодарить всех преподавателей магистерской программы «Теория и история моды» в РГГУ, посещать курсы которых было для меня большим счастьем. Услышанное и увиденное напрямую повлияло на мои подходы к исследованию спортивной обуви и конкретно на концепцию этой книги. В частности, так в ней появились сюжеты, связанные с кино, трансгрессией, историей тела и многие другие.

Я чрезвычайно благодарна всем коллегам в академическом и журналистском сообществах, которые помогали мне советами, словами поддержки, присылали найденные ими фотографии и другие материалы о кроссовках и другой спортивной обуви, а также помогали находить респондентов в России и странах постсоветского пространства, чьи воспоминания стали бесценным материалом для моего исследования. Я очень признательна коллеге Славе Маламуду за неоценимую помощь в работе с американским контекстом бытования спортивной обуви. Моя особая благодарность Наталье Самутиной, руководителю Центра исследований современной культуры Института гуманитарных историко-теоретических исследований НИУ ВШЭ, за приглашение стать волонтером научно-учебной группы «Participatory Culture (культура соучастия): сообщества и практики», советы и помощь в работе с концептом фандома и культур соучастия, которой я имела смелость применить к культуре коллекционеров кроссовок, а также всем коллегам по группе за обсуждение идей, текстов и проблем, возникавших в процессе работы над этим исследованием.

Я чрезвычайно признательна всем коллегам, которые в течение последних нескольких лет приглашали меня выступить на конференциях и семинарах с докладами об истории спортивного дизайна и спортивной моды, в том числе оргкомитету международной научной конференции «Кино и капитал»: прочитанный там доклад «Костюм и бренды в кино: к вопросу об экономике и эстетике кинообразов» и его обсуждения легли в основу главы, посвященной кроссовкам в кино. Моя особая благодарность Олегу Кильдюшову за приглашение принять участие в исследовательском семинаре «Спорт в перспективе социальных и гуманитарных наук» (Высшая школа экономики) и интерес к исследованиям вестиментарной культуры спорта в целом. Обсуждения в рамках семинара и других мероприятий многое дали мне как исследователю.

Также я хотела бы поблагодарить коллектив Российской национальной библиотеки в Санкт-Петербурге, где у меня была возможность работать с редкими советскими журналами, каталогами спортивной обуви и спортивных товаров и другими нормативно-техническими

документами. Поскольку творческие архивы многих советских проектных организаций и предприятий спортивного сектора, по всей видимости, утрачены или недоступны, любой сохранившийся документ той эпохи оказывается бесценным для исследователя советской индустрии спортивных товаров и спортивной моды. Я также чрезвычайно благодарна моей подруге Ольге Вековищевой и ее семье за гостеприимство и моральную поддержку во время моей работы в Петербурге. Несколько частей этой книги, которые мне чрезвычайно дороги, посвящены «приключениям» кроссовок в России; написать эти главы было бы невозможно без участия всех тех, кто делился со мной воспоминаниями о спортивной обуви, опытом работы в советской спортивной индустрии, опытом коллекционирования, кастомизации или фан-арта. Не все собеседники названы в книге по имени, но я благодарна каждому из них за то, что уделили мне время и с воодушевлением отнеслись к этому исследованию.

В том, что мне удалось превратить многочисленные находки из истории спортивной обуви в, надеюсь, интересный текст книги, огромная заслуга принадлежит всем тем, кто учил меня работе со словом и текстом на протяжении многих лет работы в журналистике. Мне невероятно повезло застать то поколение профессионалов, которое уделяло внимание молодым коллегам и охотно передавало нам свои знания и навыки. Спасибо вам!

Я также чрезвычайно благодарна всем, кто помогал находить иллюстрации для этой книги, делился фотографиями из личных архивов и давал разрешение на их воспроизведение, в том числе сотрудникам архивов брендов adidas и Puma, коллективу Bata Shoe Museum и лично Элизабет Семмельхак, фотоархива Международного олимпийского комитета (МОК), коллекционеру обуви Назиму Мустафаеву, фотографам Константину Качанову и Ефиму Глазкову, Дарье и Берту из проекта Black*art и многим другим. Отдельная благодарность – моей дорогой подруге Валерии Пожидаевой, которая на протяжении работы над книгой оказывала бесценную моральную поддержку, а также помогала приобретать недоступные в России американские журналы и фото, ставшие ценными материалами для исследования.

Наконец, я хотела бы сказать спасибо моим родителям Ирине и Анатолию Кулиничевым за все, за что только можно сказать спасибо родителям. И спасибо моему мужу Дмитрию Гирину за всестороннюю поддержку при работе над этой книгой. Без него она не была бы закончена.

Введение

Эта книга посвящена кроссовкам и нашим представлениям о них.

Прежде чем начать этот разговор, стоит решить самый первый и главный вопрос – какую обувь мы определяем как «кроссовки». Казалось бы, в чем тут проблема? Каждый человек может представить, что это такое. Вместе с тем у этого вопроса довольно много смысловых оттенков. Более-менее понятно, что к кроссовкам стоит относить, например, обувь для бега на длинные дистанции, баскетбола, тенниса, аэробики, для общих тренировок. Но как быть, например, с обувью, придуманной изначально для автоспорта? А между тем ее сегодня тоже можно встретить на улицах, и большинство людей по внешнему виду однозначно отнесут такую обувь к категории кроссовок.

Справочник «Новые слова и значения», изданный в СССР по материалам прессы и литературы 1970-х годов, определяет кроссовки как «спортивные закрытые туфли на резиновой подошве со шнуровкой» (Новые слова 1984). Термин появился как сокращение от словосочетания «кроссовые туфли». Так называли довольно старый тип беговой обуви без легкоатлетических шипов, предназначенный для бега на длинные дистанции, существовавший как отдельный вид спортивной обуви еще в первой четверти XX века. Хотя кроссовые туфли 1920-х годов имели мало общего с современными «кроссовками», термин прижился.

От советского времени современный российский читатель (и потребитель) унаследовал четкое деление универсальной спортивной обуви на «кеды» и «кроссовки». Те же трудности испытывал когда-то, в 1970-х годах, и американский потребитель, столкнувшийся с беговой обувью, разительно отличавшейся от привычных ему спортивных туфель с текстильным верхом и резиновой подошвой. Эти разные виды обуви не только отличались внешне, но и обладали разной стоимостью и разным символическим капиталом. Американские газеты оставили нам немало любопытных примеров того, как авторы текстов пытались решить языковую проблему их различия. Советские словари давали кедам и кроссовкам почти аналогичные определения: понять, чем один вид обуви отличается от другого, ориентируясь на них, практически невозможно. Этот факт не кажется случайным: в сущности, во многих случаях речь идет об эволюции одних и тех же видов спортивной обуви, изменявшейся вместе с видами спорта и совершенствованием проектных и производственных технологий.

Под кроссовками чаще всего понимают удобную многофункциональную спортивную обувь с плотным верхом из кожи или синтетических материалов и довольно массивной подошвой из особых видов резины или искусственных полимеров, как правило, с небольшим подъемом в области пятки. Кеды – это обувь на резиновой подошве с текстильным или кожаным верхом, как правило, без заметного подъема в пяточной части.

Но нельзя убрать из истории «кроссовок» скейтерскую обувь и кеды, поскольку без разговора об этих видах обуви она будет неполной. Иными словами, довольно трудно дать исчерпывающее определение кроссовок, исходя только из технических характеристик этой обуви и ее формально-стилистических особенностей. Есть такие виды спортивной обуви, которые называют то кедами, то кроссовками, – например, ретромоделю спортивной обуви с кожаным или замшевым верхом на практически плоской подошве. Непросто дать дефиницию этого понятия и через виды спорта – слишком велик ассортимент современной спортивной обуви и ее специализированных разновидностей.

Сегодня в английском языке разные типы спортивной обуви в обиходе чаще всего уже обозначаются одинаково: *sneakers*, *kicks*, *tennis shoes* и другими терминами для обозначения спортивной обуви универсального типа. В книге именно этот принцип взят на вооружение.

Всю спортивную обувь с точки зрения конструктивных особенностей можно условно поделить на специализированную (футбольные бутсы или беговые шиповки) и многофунк-

ональную, которую можно использовать не только по прямому назначению, но и для занятий разными видами спорта, активного отдыха или, при желании, для повседневной носки. По большому счету кроссовки – это последняя на данный момент ступень эволюции такой многофункциональной спортивной обуви, в которой можно отправиться на тренировку, на танцы, на прогулку или даже пройти по красной дорожке. В известном смысле кроссовки, оказавшиеся сегодня в моде, также можно определить как спортивную обувь, которая используется не по прямому назначению.

Именно поэтому в книге, особенно в первой главе, я буду говорить не только об обуви, которую мы традиционно называем кедами или кроссовками, но и о других видах спортивной обуви, также использовавшейся в качестве универсальной. Я убеждена, что историю кроссовок нужно начинать не с баскетбольных или теннисных кед, которые выпускаются до сих пор, а с гимнастических тапочек, которые, по-видимому, и были первой универсальной спортивной обувью. Ее использовали как для тренировок, так и для активного отдыха в целом. Это, если хотите, прапрадедушки кроссовок. Затем были туфли для отдыха на пляже, теннисные туфли (не слишком похожие на современные привычные нам формы теннисной обуви), баскетбольные кеды, беговые кроссовки и т. д. Кроме того, нельзя было обойти вниманием и те виды специализированной спортивной обуви, которые никогда универсальными не были, в частности футбольные бутсы и беговые шиповки. Но без них разговор о кроссовках будет не полным: в течение многих лет в этих видах обуви испытывались самые передовые технологии, которые затем «просачивались» в сегмент спортивной обуви универсального типа для широкой аудитории.

Во многих книгах история кроссовок рассказывается через историю конкретных моделей (например, Coles 2016; U-Dox 2014). Немало книг посвящено истории больших спортивных брендов (в частности, Найт 2017; Smit 2009). Я предпочла другой подход – рассмотреть спортивную обувь в целом как элемент гардероба и часть вестиментарной культуры, проследить, как менялись ее роль, значения, которые ей присваивали, представления о ее контекстуальной уместности и т. д. В книге я показываю, что история спортивной обуви пересекается не только с областью спортивной истории, но и такими, казалось бы, более далекими областями культуры, как кино, музыка и субкультуры. Аналогичные стратегии, насколько я могу судить, избирали в своих исследованиях, в частности, Элизабет Семмельхак и Юния Кавамура, задавшие новое направление в академическом разговоре о кроссовках (Semmelhack et al. 2015; Kawamura 2016).

В широком смысле меня интересует социальная и культурная биография кроссовок. Элизабет Уилсон в своей знаменитой книге «Облаченные в мечты» довольно сурово отозвалась об определенной категории вещей из современного повседневного гардероба, «жизнь которых настолько коротка, что они едва ли смогут обзавестись хоть какой-то „социальной биографией“» и «вряд ли могут стать объектами того детального анализа, которому подвергаются предметы, обладающие исторической ценностью» (Уилсон 2012: 268). В качестве противоположного примера исследовательница приводит европейский придворный костюм XVIII века и другие вещи, обладающие высокой «материальной, эстетической и социокультурной ценностью». Хотя Уилсон не упоминает кроссовки в своем перечне таких вещей (включаящем топы, джинсы и т. д.), без сомнения, многие люди включили бы их в этот ряд как довольно банальный, сугубо утилитарный предмет гардероба. Кроссовки воспринимаются многими как элемент неразличимой униформы молодежи, не сообщающий ничего о статусе их владельца в традиционном смысле и имеющий к тому же множество не самых привлекательных коннотаций, когда речь идет о его использовании не по прямому назначению.

Время показало, что исследовательница ошибалась, и вещи вроде футболок, джинсов или кроссовок обзавелись самой настоящей «социальной биографией» – просто она оказалась

не индивидуальной, а коллективной¹. Это биография не конкретной вещи, но типа вещей, с которой и взаимодействует сегодня потребитель: кроссовок, футболок, денима, кожаных курток и т. д. Применительно к таким вроде бы обыденным предметам, как джинсы или кроссовки, социальная или культурная биография – это весь комплекс знаний, ассоциаций, мифов, стереотипов, предубеждений, которые накапливаются за время их существования в культуре и определяют наше отношение к вещам этого типа². Как отмечал антрополог Игорь Копытофф в статье о «культурной биографии» вещей, ее детали могут вызывать у людей эмоциональную и культурную реакцию и позволяют выявить «настоящий клубок эстетических, исторических и даже политических суждений, убеждений и ценностей» обществ, в которых используются вещи (Копытофф 2006). Неслучайно «биографии вещей способны делать заметным то, что в других обстоятельствах остается скрытым»³.

Эта книга – попытка представить социальную или культурную биографию кроссовок, точнее осветить некоторые ее страницы. Я не претендую на исчерпывающую полноту создаваемой биографии, а надеюсь скорее задать направления для будущих обсуждений и предложить новые способы исследовательской работы со спортивной обувью в академическом контексте. Этот тезис встречается во многих академических исследованиях, и в данном случае он лучше всего отражает намерения, которыми я руководствовалась при написании этой работы.

В первой главе книги я рассматриваю технологическую историю спортивной обуви, которая в современном виде очень далеко ушла от вариантов, существовавших на заре современного спорта, а также историю идей, которые стояли за технологическими инновациями. Кроссовкам в популярной культуре посвящены сразу несколько глав о большом спорте⁴, кино и музыке. Сегодня, когда все больше кроссовок изначально выпускается не для спорта, а «для жизни» или чтобы совершать style statement – заявление о своих амбициях в сфере моды и стиля, эти главы культурной биографии спортивной обуви оказываются все более значимыми: очевидно, что кино и музыка «продают» кроссовки ничуть не хуже спортивных звезд, а, возможно, даже лучше. Отдельная глава посвящена кроссовкам как трансгрессивному объекту повседневного гардероба. В ней показано, как и почему спортивная обувь приобрела такую репутацию⁵. Еще одна глава посвящена кроссовкам как объекту коллекционирования: здесь я рассматриваю культуру коллекционеров и энтузиастов кроссовок как фандом, фанатскую культуру⁶. С моей точки зрения, подобная оптика позволяет лучше понять, как функционирует это сообщество, и при этом избежать его априорной стигматизации как неумеренных потребителей.

¹ Примерами таких коллективных биографий в разных вариантах могут служить книги, посвященные джинсам или футболкам вообще. См., например: The Daily Street 2015; Miller, Woodward 2012; Sullivan 2006.

² Разумеется, такие предметы могут получать и вполне традиционную индивидуальную социальную биографию – как частную, связанную с воспоминаниями конкретного человека, так и общественно-значимую, если они принадлежали какой-либо известной персоне. Пример такой спортивной обуви с очевидной социальной биографией – бутсы футболиста Дэвида Бекхэма, которые выставляются в музее.

³ В русском переводе статьи эта фраза звучит как «биографии вещей порой помогают выявить эти „затененные“ аспекты». Однако в данном случае уместен перевод, более близкий к тексту и, как мне кажется, более точно иллюстрирующий мысль, которую подкрепляет эта цитата.

⁴ Первый вариант главы, в которой рассматривается история рекламы с участием звезд спорта и бытование специализированной обуви в большом спорте, также был опубликован в виде статьи в журнале «Теория моды» (2015. № 38). Некоторые тезисы, вошедшие в эту главу, были представлены в виде доклада на конференции «Гротескное и фантастическое в культуре: визуальные аспекты» (РГГУ. 2017), а затем вошли в статью «Комикс как метафора: миграция фантастического в повседневность. Визуальные и нарративные аспекты», опубликованную в вышедшем по ее итогам одноименном сборнике (М., 2018).

⁵ Вариант этой главы в сокращенном виде был опубликован в виде статьи в журнале «Теория моды» (2018. № 47).

⁶ Некоторые тезисы для обоснования этого подхода были представлены автором в виде доклада «Sneakerheads as fandom (as fans) and participatory culture» (Сникерхеды как фандом (фанаты) и культура соучастия) на конференции «Fan studies network 2018» (Cardiff University, июнь 2018).

Наконец, мне важно было осветить историю кроссовок в нашей стране, и я очень рада, что это намерение удалось реализовать. Одна из этих глав посвящена истории производства и потребления спортивной обуви в СССР – малоисследованной, но, на мой взгляд, очень интересной теме. Наконец, еще одна глава посвящена российским коллекционерам и энтузиастам кроссовок и тому, как в их культуре сочетается «глобальное» и «локальное», импортированные «каноны» и местная специфика.

Для любого исследования важен баланс описательной и аналитической частей. Культурная биография спортивной обуви полна удивительных и поразительных историй, полумифических и подтвержденных документально, общеизвестных и забытых в старых журналах или архивах. Мне хотелось познакомить широкий круг читателей с теми явлениями, о которых большинство людей, скорее всего, знают мало и поверхностно: например, с эпизодами технологической истории спорта и его материальной культуры или практиками сообщества коллекционеров и энтузиастов кроссовок. Что касается последних, то, как правило, основная масса посвященных коллекционированию кроссовок публикаций в современных СМИ широкого профиля касается либо очередей за редкими релизами и сопряженного с ними напряжения в городах, либо экономики вторичного рынка кроссовок и колоссальных цен на коллекционную спортивную обувь (см., например: Shapiro 2018) – и то и другое до сих пор воспринимается как курьез, а курьезы всегда привлекают. Однако эта картина далеко не полна. В частности, мне хотелось показать, что, вопреки уверениям медиа, сегодня не существует монолитного сообщества сникерхедов, всем участникам которого можно было бы дать одинаковые характеристики, и это определение может включать в себя очень разные группы любителей кроссовок, не похожие друг на друга (и не всегда симпатизирующие друг другу). Я также убеждена, что традиционные коллекционеры и энтузиасты кроссовок внесли огромный вклад в изменение статуса спортивной обуви в повседневном городском гардеробе: то отношение к кроссовкам как к ценному артефакту, которое они вырабатывали внутри своей культуры в течение многих лет, способствовало превращению этого вида обуви в модный объект.

Коллекционеры и энтузиасты кроссовок уже становились героями книг. В частности, значительный корпус их историй собран в уже упоминавшемся здесь каталоге выставки «Out of the box: the rise of sneaker culture» («Из коробки: расцвет культуры кроссовок») (Semmelhack et al. 2015). Однако там они выделены в отдельные блоки, и эти безусловно ценные монологи не систематизировались и не анализировались в общем тексте. Тот же принцип использован в чрезвычайно интересной книге «Sneakers» («Кроссовки»), целиком составленной из подобных развернутых текстов-монологов (Corral et al. 2017). Также в этом ряду мне хотелось бы отметить книгу Лори Лобенстайн «Girls Got Kicks» («У девчонок есть кроссовки»), собравшую истории женщин – коллекционеров и энтузиастов кроссовок (Lobenstine 2011). Все эти тексты-монологи, а также многочисленные интервью коллекционеров на нишевых ресурсах послужили ценнейшим материалом для исследования, стали отправной точкой в моих рассуждениях о коллекционерах кроссовок.

В данной книге также много прямой речи, и некоторые цитаты довольно обширны. Это сделано намеренно: мне хотелось показать, как люди говорят о спортивной обуви. Существует не так много исследовательских работ, посвященных культуре коллекционирования кроссовок, и, как правило, в центре внимания их авторов чаще всего оказываются американские коллекционеры кроссовок (включая их собственные опыты автоэтнографии, см., например: Garcia 2013). В этой книге, насколько известно автору, российские коллекционеры кроссовок и их практики впервые становятся предметом академического исследования. Высказывания интервьюируемых в данном случае даются не сами по себе, а встроены в аналитический текст с определенной тематической структурой. Нужно отметить, что многие российские коллекционеры кроссовок – люди чрезвычайно ироничные, и мне бы хотелось, чтобы читатель имел это в виду. Интонации их речи было довольно непросто передать в письменном тексте, в некоторых

местах я позволила себя добавить журналистскую ремарку (например, «улыбается»), чтобы маркировать иронию.

В случае если информанты настаивали на анонимности или я не смогла получить однозначного ответа, их личности скрыты. Там, где указаны имена или субкультурные никнеймы, использован тот вариант, который выбрали сами информанты.

Помимо знакомства читателя с эмпирическим материалом, мне в то же время хотелось предложить новые способы изучать спортивную обувь в поле академических исследований костюма и моды, поэтому в этой книге, помимо описательной эмпирической части, есть также теоретические фрагменты.

Наконец, я хотела бы отметить еще одно обстоятельство. Исследователям очень непросто работать с явлениями, которые происходят в реальном времени, но именно это приходится делать исследователю кроссовок. Например, уже в процессе работы над этой книгой индустрия моды, в течение нескольких лет пропагандировавшая лаконичную спортивную обувь в ретроэстетике, вдруг совершила разворот на 180 градусов и признала ее массивную яркую разновидность, так называемые «страшные папашины кроссовки» (*ugly dad sneakers*), которые еще недавно были во всех списках антимодных товаров. Не исключено, что уже через несколько лет наберет силу новое поколение энтузиастов кроссовок, чьи практики и убеждения будут не похожи на практики и убеждения того поколения, которое описано в книге. Когда я говорю о традиционных коллекционерах кроссовок, то имею в виду людей, начавших собирать спортивную обувь по зову сердца, которые сами привыкли воспринимать свое увлечение как маргинальную практику, совершенно непонятную для большинства. Но с приходом моды на кроссовки и выходом этой культурной сцены⁷ из андеграунда коллекционирование редких и дорогих кроссовок само по себе стало статусным хобби, как коллекционирование живописи, автомобилей или дорогих часов. Логично предположить, что это приведет к появлению новых типов коллекционеров. Вполне возможно, что какие-то тезисы этой книги со временем будут нуждаться в уточнении, дополнении и даже пересмотре. Это известный риск, однако я его принимаю.

⁷ В этом исследовании применительно к культуре коллекционеров и энтузиастов кроссовок используется концепт «культурной сцены», поскольку термин «субкультура» не кажется полностью адекватным для описания таких сообществ, как сообщество кроссовочной культуры (*sneaker culture*). Современные исследователи, в частности Елена Омельченко, таким образом реализуют необходимость отделить подобные сообщества, которые в бытовом дискурсе, например в медиа, часто по традиции не всегда корректно могут называть «субкультурами», от классических «субкультур» XX века (панков, хиппи и т. д.). Под «культурной сценой» понимают сообщества, в том числе молодежные, которые формируются вокруг общего интереса и основаны на совместных практиках (например, музыкальные, спортивные, активистские и т. д.).

Глава 1

От тапочек для пляжа до кроссовок не для спорта: история технологий и идей

Теннисист Стэн Смит, чье имя носит одна из самых популярных моделей кроссовок, однажды очень точно высказался о судьбе спортивной обуви: «Мы принимаем наши туфли как должное – и это часть их работы» (Coles 2016). Действительно, на обувь этого типа, как и, например, на рабочую спецодежду, часто смотрят словно немного свысока, воспринимая их как нечто сугубо утилитарное и потому не слишком интересное. В книге о кроссовках Юния Кавамура отмечает, что этот тип обуви «прежде не имел высокого социального статуса в обувной иерархии», и объясняет причину этого так: «В отличие от обуви на высоком каблуке, которая символизировала власть и высокий социальный статус, кроссовки – это обувь на плоском ходу, а их подошва в основном сделана из резины, которую легко и недорого производить» (Kawamura 2016: 11). Сказанное исследовательницей, по-видимому, довольно точно соответствует обыденным представлениям о спортивной обуви, в том числе о технической стороне ее производства. Особенно когда люди представляют кроссовки в своем шкафу, а не на беговой дорожке олимпийского спринта или трассе какого-нибудь крупного марафона. Однако такая точка зрения, как правило, не принимает в расчет историю самого предмета. Любая обувь – сложный с точки зрения изготовления объект. К спортивной обуви к тому же предъявляются дополнительные функциональные требования: подразумевается, что она должна выдерживать серьезные нагрузки, способствовать эффективности занятий, защищать ноги от дополнительных рисков. Многие виды современной спортивной обуви очень далеко ушли от своих исторических предшественников. Хотя публика не всегда обращает на это внимание, спортивный инвентарь и экипировка играют значительную роль в столь важном для современного спорта конвейере непрерывающегося обновления рекордов. В определенном смысле спортивную обувь можно сравнить с бытовой и вычислительной техникой: на ее примере также можно проследить эволюцию технологий и функционального дизайна, понять, какие задачи казались людям приоритетными в то или иное время и как изменялись их запросы. Как констатирует в своей книге, посвященной высоким технологиям в моде, Брэдли Куинн, и сегодня «уровень инноваций и темп изменений в сегменте спортивной обуви остается выше, чем в любой другой отрасли модного дизайна» (Quinn 2002: 197).

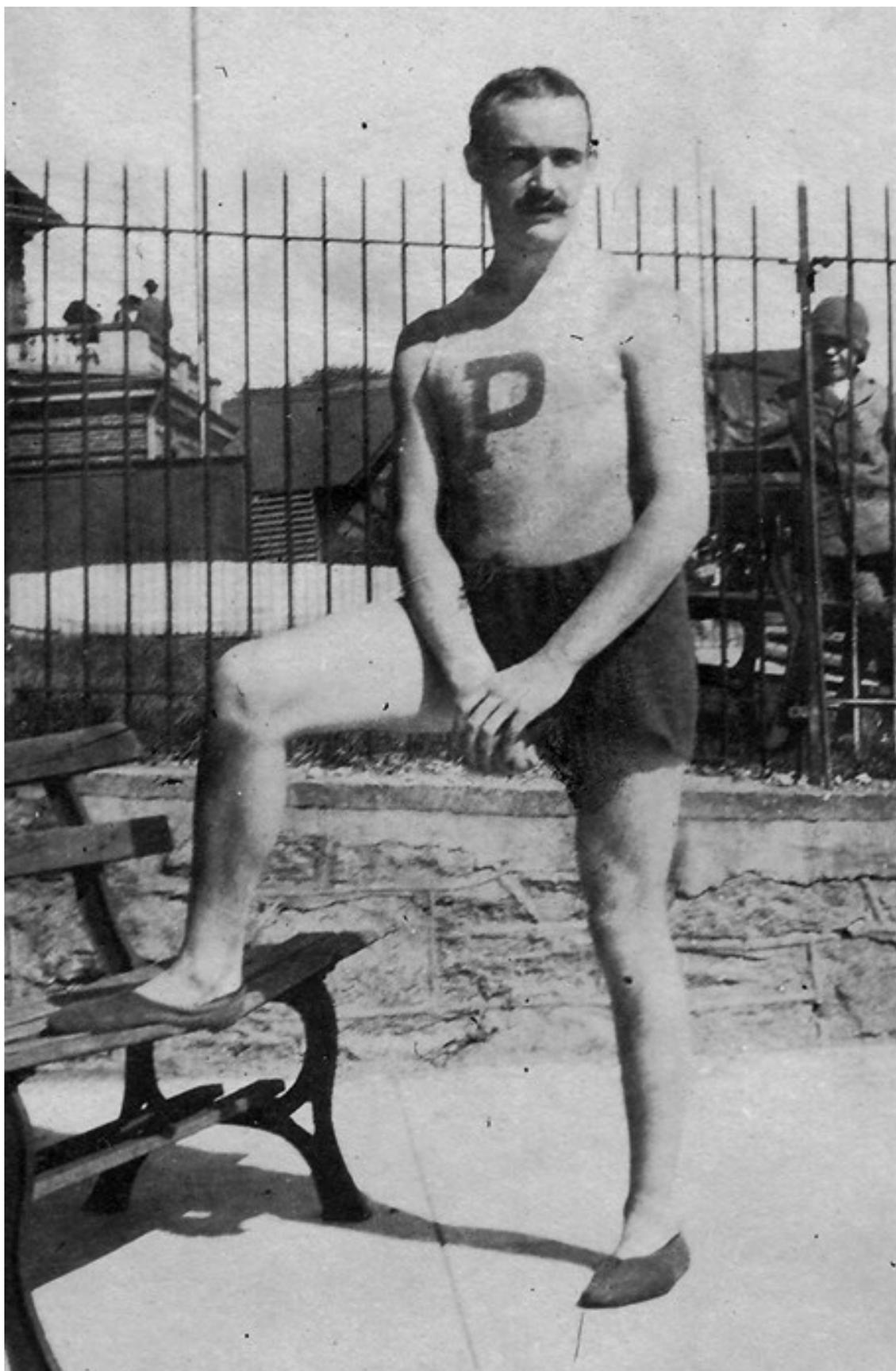
Великая мания

Историю спортивной обуви современного типа принято начинать со второй половины XIX века, хотя отдельные ее виды вроде шипованных туфель для бега к тому моменту, видимо, уже существовали. Традиция брать за отправную точку упомянутый период во многом связана с историей одного технологического изобретения. В 1840-е годы появляется и патентуется метод вулканизации резины, позволивший получать прочный тепло- и водостойкий материал, пригодный для изготовления предметов разных форм⁸. Это изобретение также подарило миру, например, галоши и велосипедные шины. Со временем обувная промышленность освоила разные способы соединения резиновой подошвы с верхом из текстиля или других материалов. Не случайно на раннем этапе производство спортивной обуви часто было сопутствующим бизнесом для компаний, специализировавшихся на производстве шин, таких как Dunlop или Goodyear. Нужно оговориться, что далеко не вся обувь для спорта сразу получила резиновую подошву (как далеко не вся она соответствует этому параметру сегодня). Например, туфли для бега (в частности, спринтерские «шиповки») еще долго, как минимум до конца 1940-х годов, будут иметь кожаную подошву и кожаный верх. Однако с конца XIX века спортивная обувь начинает ассоциироваться прежде всего с сочетанием разных материалов для подошвы и верха, поскольку именно такую конструкцию имели те ее виды, которые со временем выходили за рамки узкой специализации и превращались в многофункциональную обувь, в том числе попадали в повседневный гардероб.

Если новые технологические возможности производства позволили в XIX веке создавать ранее недоступные потребительские товары, то формированию собственно спроса на новый тип обуви способствовали социальные перемены в обществе. XIX век отмечен возникновением моды на активный отдых и превращением спорта в популярную социальную практику, аудитория которой постоянно расширялась⁹. Как подчеркивает Дженнифер Крейк, «история спорта неразрывно связана с историей социальных преобразований Нового времени, сопровождавших индустриализацию» (Крейк 2007: 131). Историк Джон Лоуэрсон применительно к Великобритании назвал этот феномен «великой спортивной манией» (the Great Sports Craze) (Lowerson 1993). Анализируя спортивные практики конца XIX – начала XX века, Жорж Вигарелло также пришел к выводу, что в то время «тренировать тело до такой степени больше, чем когда-либо, означало вступать в современность» (История тела 2016: 155). Все это создало предпосылки для формирования рынка промышленных спортивных товаров и, в частности, специализированной обуви.

⁸ Подробнее см., например: Loadman 2005.

⁹ По этой теме см., например: Lowerson 1993; История тела 2016.



Мужчина-легкоатлет. Кон. XIX – нач. XX в. Автор неизвестен. Из личной коллекции Екатерины Кулиничевой

Для разговора об истории спортивной экипировки и инвентаря ценным представляется еще одно наблюдение Вигарелло: по его мнению, для спорта рубежа XIX–XX веков также была характерна «очарованность техническими средствами», а «физические практики начала XX века соединились с механизмами этой эпохи, а также с новыми материалами» (Там же: 155). Поэтому многочисленные виды произведенной по новой технологии обуви на резиновой подошве воспринимались как материальное свидетельство технического прогресса, а конкуренция среди производителей на этом рынке росла чрезвычайно быстро. В свою очередь историк Аллен Гуттман приходит к выводу, что важной чертой современного спорта, активно проявляющейся в XIX веке, является стремление к рационализации и унификации стандартов (правил, размеров площадок и т. д.), что позволило ввести систему универсальных подсчетов (Гуттман 2016). Это стремление к рационализации было характерно и для не соревновательных способов активно проводить досуг, в частности с популярной на рубеже веков целью укрепить здоровье. Например, Жорж Вигарелло и Ричард Холт противопоставляют гимнастику первой половины XIX века спорту как форме регулируемого состязания и противостояния, но в то же время констатируют, что она «изобрела искусство движения, основанное на принципах вычисления и результативности» (История тела 2016: 272). Унификации, рационализации и специализации также подвергался инвентарь и, в значительной степени, экипировка. Уже к 1860–1880-м годам потребитель, заинтересованный в активном отдыхе и физических упражнениях, имел в своем распоряжении широкий выбор специализированной обуви: для отдыха на пляже, для бега, для футбола, крокета и тенниса, велосипедные туфли и т. д. С возникновением и популяризацией новых видов спорта и тренировок расширился и специализированный обувной гардероб, а уже существующие виды спортивной обуви постоянно совершенствовались: появлялись более удобные застежки, новые виды подошв и т. д. Представление о том, какой должна или не должна быть спортивная обувь и одежда, распространялось через официальные правила и запреты, а также через многочисленные печатные руководства для желающих познакомиться с тем или иным видом спорта, которые традиционно содержали рекомендации по выбору экипировки. Так, автор советской книги «Что нужно знать новичку-футболисту» наставляет своего читателя: «Самой важной частью костюма являются башмаки. Футбольные башмаки или бутсы должны быть очень легкими по весу, из хорошо выделанной кожи, которая не растягивается и не промокает. Башмак должен хорошо и плотно облекать ногу. Примерять его при покупке нужно на легкий носок и следить за тем, чтобы большой палец не упирался в башмак. Носок башмака должен быть плотный и постепенно сходить на нет. Подошва должна быть тонкой и твердой. На подошве – не полосы, а шипы, дающие гораздо лучший упор. Башмаки должны быть снабжены двумя парами крепких и длинных (1–1½ м) шнурков. При игре нужно надевать легкий носок, а сверху шерстяной чулок. Тогда ноге будет достаточно мягко, а башмак будет сидеть плотно и хорошо» (Ромм 1930: 23).

Для олимпийцев и физкультурников

С конца XIX века развитие самой индустрии спортивной обуви определяло несколько значимых обстоятельств. Одним из них был неослабевающий интерес к разным формам физической активности и физического воспитания. Идеи, лежащие в его основе, могли быть самыми разными от нравственно-воспитательных и эстетических до политических¹⁰. Но независимо от того, что лежало в основе – идея об усовершенствовании морального облика или работа над телом, забота о здоровье, служение интересам нации или самосовершенствование, люди продолжали заниматься спортом. Это поддерживало спрос на специализированную обувь, а технологические и маркетинговые инновации позволяли удовлетворять эту потребность в максимально полном объеме.

Уже в 1880-е годы производители туфель для лаун-тенниса имели возможность предлагать покупателям довольно широкий диапазон цен на свою продукцию. В 1920-е и 1930-е годы развитие производственных методик и механизация производства позволили нарастить его объемы и значительно снизить стоимость спортивной обуви. В то же время активно развивался импорт из стран с более низкой стоимостью рабочей силы, таких как Чехословакия и Япония. Это делало обувь с резиновой подошвой и текстильным верхом – вероятно, самый популярный в то время вид спортивной обуви – все более доступной и, как следствие, все более популярной за пределами спортивных площадок. Особую привлекательность она имела для детей и молодежи.

Так постепенно складывался массовый рынок, который нуждался не только в эффективных образцах технически продвинутой обуви, но и в возможности интегрировать изобретения в производство больших партий. Именно интересы массового рынка и необходимость наладить рентабельное производство больших объемов в XX веке стимулировали разработку специализированного оборудования и появление новых технологических методов производства спортивной обуви. Технологии, используемые в производстве обычной модельной обуви, для производства обуви спортивной часто нуждались в адаптации или вовсе не подходили. К примеру, аргументируя необходимость создания новой технологии соединения верха и низа обуви, специалисты советской фабрики «Восход» в 1950-х годах констатировали, что «для легкой спортивной обуви непригодны обычные клеевые способы крепления низа к верху обуви. А прошивной способ дает конструкцию, неудовлетворительную по эластичности» (Коган 1955: 4–5). Несмотря на то что доля ручного труда в этом производстве даже сегодня остается довольно высокой, выпуск массовых тиражей кроссовок был бы невозможен без появления новых видов машин и станков. Они позволяют одновременно отливать или формовать большое количество подошв, соответствующих современным технологическим требованиям, и другие детали. Способствовало массовости распространения кроссовок и развитие химической индустрии, разрабатывавшей новые материалы и компоненты¹¹. Например, в конце 1960-х годов на фабриках

¹⁰ Повышенное внимание, уделяемое государством физическому воспитанию населения в предвоенной Германии, СССР и Японии, неоднократно попадало в фокус внимания историков. Подробнее о спорте в СССР см.: Эдельман Р. Серьезная забава. История зрелищного спорта в СССР. М.: Советский спорт, 2008; Riordan J. Sport in Soviet Society: Development of Sport and Physical Education in Russia and the USSR. Cambridge University Press, 1980. О спорте в Японии см.: Мещеряков А. Н. Статья японцем. Топография тела и его приключения. М.: Наталис, 2014 (особенно главу «Физкультура и спорт: сила грубая и сила мягкая»). Однако, вопреки распространенному представлению, и до Второй мировой войны, и после нее правительственные программы, поощряющие развитие любительского спорта, существовали не только в странах с тоталитарными режимами, но и в таких государствах, как США, Великобритания, Франция, ФРГ. Интерес к спорту в десятилетия после Второй мировой войны чаще всего рассматривают скорее как компенсаторный ответ на модерность и связанные с этим перемены. Однако это объяснение не является исчерпывающим. В 1970-е годы на первый план вышел культ личных достижений и самосовершенствования, одним из средств достижения которого стали занятия спортом и регулярные тренировки.

¹¹ Однако название компаний, которые разрабатывали подобную технику и материалы, в отличие от названий крупных брендов спортивной экипировки, мало знакомы широкому кругу потребителей или не знакомы вовсе.

adidas были задействованы машины стоимостью 100 000 долларов, которые были способны одновременно соединять с верхом тридцать подошв (Underwood 1969). Оборудование было настолько впечатляющим, что упоминание о нем попало в статью журнала *Sports Illustrated*, посвященную совсем другой теме: бизнес-соревнованию adidas и Puma и практикуемым ими подпольным выплатам спортсменам за негласную рекламу своей продукции. Однако данные о машинах, по всей видимости, оказались изданию той колоритной деталью, которая способна проиллюстрировать масштабы и амбиции упомянутой немецкой компании.

Невозможность соответствовать новым производственным требованиям в условиях конкуренции часто становилась труднопреодолимым препятствием для производителей. Многие компании, до Второй мировой войны специализировавшиеся на производстве обуви из текстиля и резины, с трудом осваивали производство кожаной обуви, а затем обуви из синтетических материалов, ставшей популярной во второй половине века. Современные азиатские производства, обслуживающие нужды современной индустрии спортивной экипировки, постоянно становятся объектом справедливой критики из-за использования дешевой рабочей силы, в первую очередь женской, и «потогонной системы производства» в целом. Однако, как отмечает в своей книге Том Вандербильд, привлекательность азиатского региона для производителей кроссовок объясняется не только стоимостью труда, но и тем, что там удалось выстроить инфраструктуру, обеспечивающую как создание конечного продукта, так и производство и доставку всех необходимых для этого элементов от исходных материалов до заготовок (Vanderbilt 1998: 78).

Если массовый спорт стимулировал развитие производственных технологий, то интересы спортсменов высокого уровня стимулировали поиски наиболее эффективных функциональных решений. Еще с конца XIX века закладываются основы современной системы так называемого большого спорта (он же спорт высших достижений) с присущей ему фиксацией наиболее выдающихся количественных достижений (времени, длины, высоты или количества очков) и идеей о необходимости их постоянного обновления. Известный историк Аллен Гуттман определяет погоню за рекордами как одну из основополагающих черт современного спорта (Гуттман 2016: 35). С одной стороны, постоянное поднятие планки рекордов все выше и выше подпитывает интерес к спорту как зрелищу, с другой – оно может восприниматься как доказательство прогресса в познании физических возможностей человека. Не случайно идея фиксации и обновления лучших результатов присутствует и в так называемом любительском спорте, достаточно посмотреть на современных любителей бега и плавания на длинные дистанции или триатлонистов, ориентирующихся на личные рекорды.

Появившись в 1896 году, современные Олимпийские игры в XX веке стали одной из главных площадок для демонстрации новых разработок в области спортивной обуви. Общеизвестным среди историков спорта является и тот факт, что производители спортивных товаров сильно, пусть и негласно, повлияли на формирование олимпийского движения в современном его виде¹².

Необходимость постоянного улучшения результатов стимулирует постоянный поиск новых средств, способных обеспечить этот прогресс. Одним из них, наряду с разработкой новых тренировочных методик, разрешенной и запрещенной фармакологией, является и совершенствование спортивного инвентаря и экипировки. В этом контексте можно вспомнить, какое влияние на свои виды спорта оказало появление коньков-клапов (clap skate) с незакрепленной пяткой, более прочных и гибких пластиковых шестов для прыжков, сменивших в легкой атлетике деревянные, снарядов для спортивной гимнастики, изготовленных из новых синтетических материалов, пластиковых лыж разных типов (для классического и конькового стилей) и подходящих для них ботинок, ныне запрещенных в любительском спорте высоко-

¹² О роли таких компаний, как adidas, в истории олимпийского движения см., например: Smith 2008.

технологичных плавательных комбинезонов, закрывающих почти все тело и сжимающих его наподобие корсета, и многое другое. Те же теннисные ракетки в разное время делались из цельного куска древесины, затем из клееных тонких деревянных пластин, а вслед за периодом экспериментов со сталью настала эра современных вариантов из синтетических материалов.

Уже на раннем этапе своей истории специализированная обувь для спорта приобретает специфические, обусловленные функциональными требованиями конструктивные особенности: усилители конструкции верха или подошвы, дополнения вроде шипов и защитных накладок на разные части стопы и т. д. На волне колоссальной популярности велосипедов, производство которых было поставлено на поток в конце 1880-х годов, обувная промышленность предложила ребристые резиновые подошвы, благодаря которым нога не соскальзывала с педали. Эти элементы, с одной стороны, были призваны улучшить функциональные качества экипировки, с другой – должны были продлить срок службы обуви. Например, в 1920-е годы наиболее прогрессивные для своего времени ботинки для горных лыж имели не только выемку на каблуке «для избежания соскальзывания пяточного ремня», но и металлические пластинки «с боков на подошве, в месте соприкосновения со скобами», «проходящие насквозь через подошву и предохраняющие ее от сжимания и износа» (Энциклопедический словарь 1928: 74). В ранних образцах спортивной обуви эта конструктивная специфика зачастую более заметна: сегодня свойства современных синтетических материалов, используемых для верха или подошвы, позволяют более не прибегать к таким дополнениям. Воспоминания о многих некогда сугубо функциональных элементах в наше время сохранились как чисто декоративные приемы.

Одновременно с производственными технологиями совершенствовались и способы ухода за специализированной спортивной обувью, помогавшие ей выдерживать специфические условия эксплуатации. До появления во второй половине XX века массового производства синтетических материалов такой уход за некоторыми видами обуви с кожаным верхом, призванный продлить срок ее службы, мог быть весьма трудоемким. Так, в 1920-х годах ботинки для горных лыж, чтобы уберечь их от промокания, предписывалось смазывать смесью из 115 частей деревянного масла, 57 частей желтого воска и 29 частей сала. После разогревания смеси в нее добавляли 29 частей голландской сажи или ламповой копоти, при этом саму обувь перед смазыванием следовало слегка нагреть (Там же). В своей книге о футболе Михаил Ромм напутствовал отечественных любителей этой игры: «За бутсами необходим постоянный уход; их нужно часто (в сырую погоду обязательно после каждой игры) промазывать жиром, лучше всего касторовым маслом, перед каждой игрой нужно осмотреть шипы и привести их в порядок, следить за тем, чтобы шнурки были прочны» (Ромм 1927: 172).

В некоторых видах спорта эволюция специализированной обуви заметна невооруженным глазом. Современному любителю горных лыж ботинки для этого вида спорта, произведенные в 1930-х годах, внешне напоминают его повседневную городскую обувь. Если снова взять для примера большой теннис, легко заметить, что современные кроссовки профессиональных теннисистов, более массивные и с более широкой подошвой, отличаются не только от викторианских туфель для лаун-тенниса, но и от моделей с тканевым верхом первой половины XX века и даже от классических моделей для корта вроде adidas¹³ Stan Smith. А, например, спринтерские шиповки для бега на короткие дистанции мало изменились с точки зрения силуэта, хотя материалы верха и подошвы стали совсем другими.

¹³ Официально название бренда adidas, в отличие от других компаний, в настоящее время пишется со строчной буквы. Поэтому в тех местах текста, где идет речь о компании или моделях кроссовок, которые она производит, употребляется написание со строчной буквы. Однако в песнях и других цитатах название бренда часто пишут с прописной буквы – в этих случаях в книге сохранялось оригинальное написание, как в источнике. В случае с цитированием советских источников в книге сохранялось написание названия по-русски.

Обувь меняется даже в тех видах спорта, где она непосредственным образом не влияет на результат. Например, у специализированных кроссовок, которые носят метатели молота (так называемых «металок»), со временем менялись вес и форма подошвы, а для ее изготовления применялись разные виды резины и синтетических материалов: они обеспечивают разную степень сцепления с поверхностью и за счет уменьшения трения физически облегчают работу спортсмена¹⁴.

Потребности массового рынка стимулировали совершенствование производственных технологий, логистики и маркетинга, что делало спортивную обувь все более доступной. А потребности спортсменов высокого уровня стимулировали появление технологических инноваций, что делало спортивную обувь все более сложной и часто меняло ее внешний вид. Эти два импульса стоит считать равнозначными по степени влияния на историю этого типа обуви и индустрии по ее производству в целом.

Многие люди, стоявшие у истоков многих современных корпораций, имели репутацию неутомимых изобретателей, если не сказать «сумасшедших ученых», и вошли в историю как экспериментаторы, ведомые единственной страстью – создать спортивную обувь, которая стала бы эффективным инструментом достижения спортивного результата. Именно в таком ключе традиционно вспоминают об основателе adidas Ади Дасслере – как о человеке, которого функциональные качества его продукции интересовали гораздо больше, чем прибыли. Барбара Смит в книге, посвященной истории брендов adidas и Puma, со слов работавших с ним людей описывает Дасслера-старшего как весьма застенчивого человека, который «наиболее непринужденно чувствовал себя за своим столом, углубившись в технические эскизы» (Smit 2008: 38). Разные подходы к бизнесу, как говорят, даже стали поводом для трений между ним и его сыном Хорстом, который, напротив, вошел в историю как выдающийся бизнесмен и приверженец весьма агрессивной манеры ведения дел. Ади Дасслер в свое время прошел подготовку у немецких обувщиков, а его рабочий кабинет, по воспоминаниям, был заполнен образцами кожи, резины и бумагами с пометками. После Второй мировой войны при разделении общего обувного производства Gebrüder Dassler между ним и братом Рудольфом (Руди) почти весь персонал, занятый на производстве, остался с Ади, в то время как почти вся администрация и те, кто занимался продажами, ушли с Руди (Smit 2008: 32). Считается, что Ади Дасслер не слишком интересовался моделями для массового рынка и продажами, хотя и признавал значимость того и другого, а за продвижение продукции отвечала в основном его жена Кати. Зато он внимательно следил за многообещающими спортсменами и, по воспоминаниям современников, неоднократно лично снимал мерки и занимался изготовлением обуви для многих выдающихся атлетов, не только немецких, но и, например, советских или американских. Так, в преддверии Олимпийских игр 1968 года он лично изготовил и прислал необычную пару обуви американцу Дикю Фосбери, изобретателю современной техники прыжков в высоту, известной как фосбери-флоп: одна шиповка в ней была синего цвета, другая – белого. В этой паре Фосбери выиграл в Мехико золотую медаль, так что ставка Дасслера сработала. Спортсмен вспоминал, что был совершенно потрясен фактом получения персонально изготовленной для него обуви и даже не подумал попросить у компании денег за скрытую рекламу, хотя в то время это было распространенной практикой в большом спорте и неоднократно становилось поводом для скандала.

¹⁴ Автор благодарит российского метателя молота Сергея Литвинова за консультации по этому вопросу.



Статуя Ади Дасслера в штаб-квартире компании adidas в Херцогенаурахе (Германия). Скульптор Йозеф Табачник. Фото Екатерины Кулиничевой

Аналогичную память оставил о себе знаменитый американский тренер по бегу Билл Бауэрман, один из основателей компании Blue Ribbon, впоследствии превратившейся в Nike. Его партнер по бизнесу Фил Найт, тренировавшийся у Бауэрмана в студенческие годы, в своей автобиографической книге с большим энтузиазмом и множеством трогательных деталей описывает «ортопедические» эксперименты наставника и характеризует его следующим образом: «Он был Эдисоном в Менло-Парке, Да Винчи во Флоренции, Тесла в Ворденклифе. Божественно вдохновленным» (Найт 2017: 267–268). Главным объектом и одновременно целью экспериментов Бауэрмана была спортивная обувь. По словам Найта, тренер «постоянно лазил в

наши шкафы в раздевалке и таскал оттуда нашу обувь. Целыми днями потом он разрывал ее на части, сшивал ее заново, а затем возвращал нам с некоторыми небольшими изменениями, в результате которых мы либо начинали бегать как олени, либо наши ноги начинали кровоточить» (Найт 2017: 67). Одной из главных проблем, занимавших Бауэрмана, был вес кроссовок: тренер считал, что для беговой обуви это один из наиболее важных показателей, уменьшение которого помогало серьезно уменьшить нагрузку на ноги. Сегодня эта идея является общепринятой.

Пожалуй, самым широко известным среди всех экспериментов Бауэрмана являются опыты с вафельницей, в ходе которых тренер к неудовольствию собственной жены испортил один или даже несколько этих кухонных приборов. Он пытался с помощью прибора изготовить прототип новой подошвы, и хотя в итоге, как вспоминает Найт, задача была решена с помощью другого приспособления на основе листа нержавеющей стали, знаменитая вафельница вошла в историю и сегодня хранится в штаб-квартире Nike в Портленде. История спортивной обуви полна подобных красочных баек о неожиданных озарениях и источниках вдохновения. Например, согласно производственной легенде, японец Кихатири Оницука, основатель компании Onitsuka Tiger, сегодня известной как ASICS¹⁵, придумал подошву для кроссовок Tiger, когда ел суши и обратил внимание на устройство снабженной присосками ноги осьминога.

Помимо многолетней работы над усовершенствованием спортивной обуви, Бауэрман проводил эксперименты в поисках наиболее действенных вариантов спортивного питания и напитков, а также покрытия беговых дорожек; он также написал знаменитую книгу, посвященную джоггингу¹⁶. Как вспоминает Фил Найт, для осуществления своих поисков он приобрел бетономешалку, а оптимальный состав смесей искал опытным путем, смешивая обрезки старых автомобильных шин и разных химикатов: «Не раз он доводил себя до того, что серьезно заболел, надыхавшись паров этого ведьминоного зелья» (Найт 2017: 124). В числе «долговременных издержек», от которых страдал тренер после подобных экспериментов, были мигрени, заметная хромота, потеря зрения.

Сегодня над созданием инноваций для спортивной обуви трудятся целые команды специалистов самого разного профиля от дизайнеров до промышленных инженеров и специалистов по биомеханике. Но воспоминания о романтической эре энтузиастов вроде Дасслера, Бауэрмана и Оницуки остаются значимой частью мифологии спортивной обуви и неиссякаемым источником для маркетинговых кампаний.

¹⁵ Это название представляет собой аббревиатуру и означает: «Anima sano in corpore sano» – «В здоровом теле здоровый дух».

¹⁶ Бег трусцой без учета времени в комфортном для человека темпе.

Шаг к победе в правильной обуви

Убеждение, что более качественный или грамотно подобранный инвентарь и экипировка могут определить разницу между победой и поражением, в истории современного спорта появилось достаточно быстро. 9 сентября 1934 года в США состоялся знаменитый матч по американскому футболу между клубами «Чикаго Беарс» (Chicago Bears) и «Нью-Йорк Джайентс» (New York Giants), вошедший в историю как «The Sneakers game», что можно перевести как «Игра имени кроссовок». Как следует из свидетельств очевидцев, в тот день было холодно, поле обледенело и было чрезвычайно скользким. Капитан нью-йоркской команды Рэй Флаэрти предложил тренеру переобуть игроков в баскетбольную обувь с резиновой подошвой, поскольку вспомнил случай из собственной практики, когда это сработало в аналогичных погодных условиях. Добыть заветные кеды удалось не сразу: все магазины были закрыты. В конце концов, тренерскому штабу пришлось в голову позаимствовать экипировку у баскетбольной команды местного колледжа. Добыть двенадцать пар помог работавший с баскетболистами портной Эби Коэн, бывший фанатом «Джайантс» (Canavan 1986). К перерыву команда из Нью-Йорка уступала «Чикаго» со счетом 3:10, но, переобувшись в привезенные Коэном кеды, сумела благодаря рывку в заключительной четверти завершить игру в свою пользу 30:13.

4 июля 1954 года сборная Германии в финале чемпионата мира по футболу сенсационно обыграла фаворитов из Венгрии – этот матч вошел в историю под названием «Чудо в Берне»¹⁷. В числе факторов, позволивших немцам выиграть, называют придуманные Ади Дасслером новаторские бутсы со съемными шипами, длину которых можно было регулировать в зависимости от состояния газона. Такая обувь, как считается, обеспечила команде преимущество на тяжелом, влажном от дождя поле (Smit 2009).

Иногда нововведения, призванные обеспечить результат, довольно радикально меняли внешний вид специализированной обуви. Так, накануне Олимпийских игр 1968 года в Мехико Puma представила новый тип беговых шиповок – с игольчатой подошвой (так называемые *needle-spiked shoes*, или *brush shoes*). Вместо стандартных шести шипов в носовой части каждого ботинка было шестьдесят восемь более мелких металлических иголок. Как отмечается в посвященной им статье в *The New York Times*, эти шиповки «воплощали прогресс» и были разработаны специально для инновационного на тот момент покрытия Tartan, на котором должны были проводиться Олимпийские игры – 1968 (Litsky 1968). Спринтер Джон Карлос, впоследствии вошедший в историю как один из исполнителей «черного салюта» на олимпийской церемонии награждения в Мехико, и несколько его коллег чрезвычайно успешно выступали в этой обуви на отборочном чемпионате США, тем самым подтверждая ее потенциал. Однако новинка привлекла к себе внимание не только потому, что обещала новые мировые рекорды в беге. Как часто бывает, свою роль сыграл скандал. По правилам, введенным в начале 1960-х, количество шипов на подошве беговой обуви было строго ограничено шестью, и Международная ассоциация легкоатлетических федераций (ИААФ) не спешила признавать мировые рекорды, установленные в новаторской обуви, и допускать ее до олимпийских дорожек. В итоге жизнь игольчатых шиповок в большом спорте оказалась достаточно короткой: на дорожках с покрытием современного типа они были бесполезны.

Во второй половине XX века все более распространенной становилась практика изготовления обуви для именитых спортсменов по специальным заказам. Сегодня именитые атлеты, связанные контрактом с гигантами вроде adidas, могут рассчитывать на обувь с более широкой,

¹⁷ О значении этой победы для ФРГ в социально-политическом контексте, например, см.: Кильдюшов О. В. Изображая нацию: футбол и национальная репрезентация (К политической социологии спорта) // Вопросы национализма. 2015. Т. 22. С. 3–8.

чем обычно, размерной сеткой (с более мелким размерным шагом), сшитую по индивидуальным меркам с использованием слепков их ноги¹⁸. Если у спортсмена существуют проблемы с ногами или он получает травму, специально изготовленная профессиональная обувь нередко становится частью программы реабилитации.

Пример того, как может быть устроена самая высокотехнологичная обувь, предназначенная для большого спорта, дают знаменитые золотые шиповки бегуна Майкла Джонсона, в которых американец выступал на Олимпийских играх 1996 года. Вместо типичной для того времени дышащей ткани в них был использован более предпочтительный с точки зрения аэродинамики тонкий материал, напоминающий металл, привычные съемные шипы заменили на более легкие несъемные из материала на основе металлокерамики, а вес шиповок составлял около 85 грамм. Кроме того, беговые туфли были асимметричными, что должно было помочь спортсмену более эффективно преодолевать поворот на дистанции 200 метров: дизайнеры добавили специальную пластиковую вставку на внутреннюю часть правого ботинка и на внешнюю – левого (Vanderbilt 1998: 53–54).

В некоторых случаях технические инновации, рожденные потребностями большого спорта, затем «спускались» к широким слоям простых физкультурников. Например, как отмечает Томас Тёрнер, многие материалы для многофункциональной спортивной обуви (training shoe) компании adidas сначала были опробованы в беговых шиповках, которые придумывались для спортсменов-олимпийцев (Turner 2013). Вместе эти параллельные процессы сформировали индустрию спортивной экипировки в том виде, какой мы ее знаем.

Объединение интересов простых физкультурников и профессиональных спортсменов даже становилось темой многих рекламных кампаний последней четверти XX века. Слоганы этого времени часто напоминали, что продукция той или иной компании подходит для обеих категорий потребителей. Например, реклама теннисных кроссовок от adidas в 1980-х годах сообщала, что каждый может найти себе здесь обувь по вкусу, «независимо от того, хотите ли вы выиграть Уимблдон или дружеский спарринг в загородном клубе».

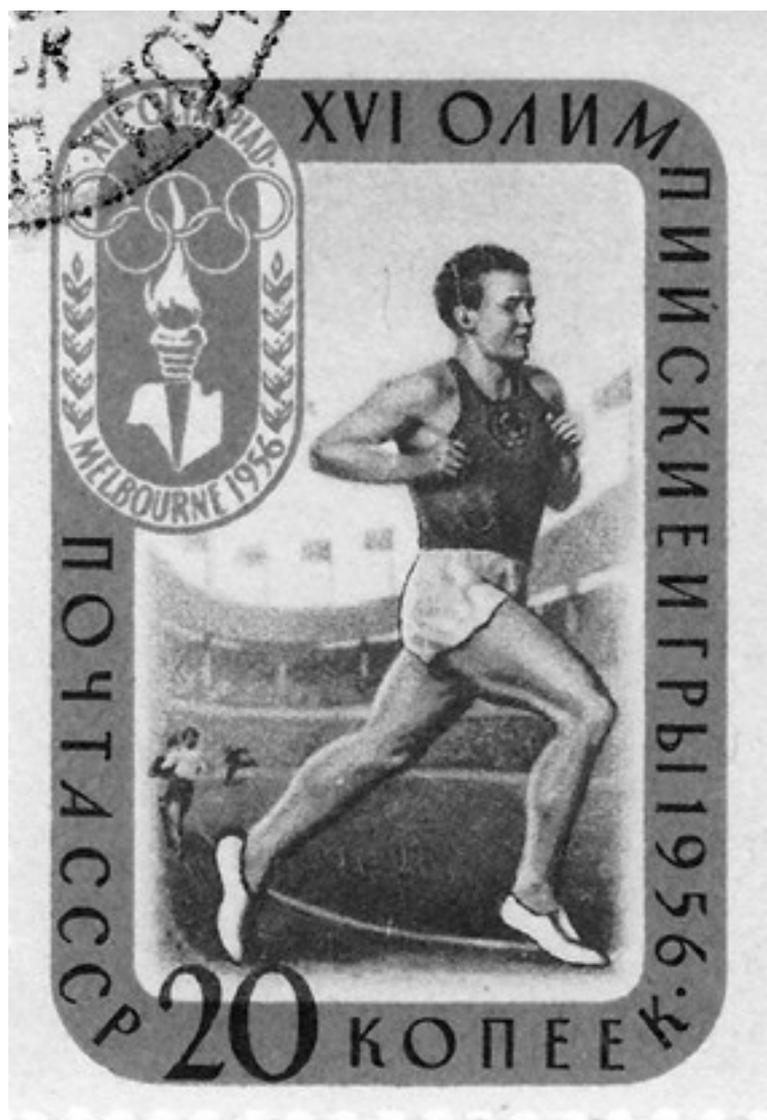
¹⁸ Информация получена во время визита автора в штаб-квартиру adidas в городе Херцогенаурах (Германия) в феврале 2016 года.

Дедушки кроссовок и не только

Всю спортивную обувь можно разделить на две категории: ту, что может превращаться в многофункциональную в широком смысле слова и даже мигрировать в повседневный гардероб без кардинального изменения конструкции, и ту, чьи обусловленные спецификой вида спорта конструктивные детали препятствуют совершению такого перехода. Ко второй группе можно отнести, например, футбольные бутсы с шипами, лыжные ботинки с креплениями, ботинки для катания на коньках, хоккея или фигурного катания. Общим термином «кроссовки» обычно называют первую категорию, которая либо имеет потенциал стать частью повседневного костюма, либо уже стала таковой по инициативе потребителя. Чаще всего в повседневный гардероб мигрирует и успешнее всего там приживается обувь для тенниса, баскетбола и бега, хотя этими видами дело, разумеется, не ограничивается: сегодня на улицах можно встретить более экзотические варианты, например обувь для автогонщиков¹⁹.

Посмотрим на историю конкретных видов популярной спортивной обуви. Как уже говорилось выше, первоначально туфли для бега делались из кожи. На выставке «Из коробки: расцвет культуры кроссовок» (*Out of the Box: The Rise of Sneaker Culture*), организованной Vata Shoe Museum, демонстрировался, вероятно, один из самых старых сохранившихся экземпляров специализированной спортивной обуви – пара беговых туфель компании Thomas Dutton and Thorowgood, датированная 1860–1865 годами. Их силуэт в целом напоминает обычные мужские туфли, однако спортивную специализацию выдают шипы на подошве, а также широкая полоска кожи, закрепленная поперек носовой части ботинка в районе основания пальцев. Этот конструктивный прием помогал укрепить ту часть обуви, которая во время забегов подвергалась наибольшей нагрузке. Со временем специализированная обувь для бега разделилась на подгруппы: туфли для коротких, средних и длинных дистанций, пересеченной местности. Каждый из подвидов характеризовался конструктивными особенностями, касающимися прежде всего подошвы. Значимыми оказывались такие показатели, как ширина каблука, количество и место расположения шипов и других функциональных дополнений.

¹⁹ Рассказ о модели Puma Speed cat/Future cat, которую сделал популярной Михаэль Шумахер, см. в: Coles 2016.



Бегун. Советская марка в честь Олимпийских игр 1956 г.

Довольно долгое время полностью кожаными были и футбольные бутсы. Считается, что на раннем этапе развития футбола английские рабочие использовали для игры собственные тяжелые кожаные ботинки со шнурками (Hennig, Sterzing 2010). Со временем для лучшего сцепления с поверхностью земли или покрытия площадки к подошве по аналогии с беговыми туфлями начали прикреплять металлические шипы. К концу XIX века повседневные рабочие ботинки заменили специализированные футбольные, а на смену металлическим шипам пришли более толстые столбикообразные кожаные (обычно их было шесть). Обувь с шипами использовали для игры на газоне, а для игры в помещении и на твердых покрытиях к подошве вначале крепили полоски из кожи (Энциклопедический словарь 1928: 951). Еще одним важным элементом футбольной обуви являлся твердый носок, который одновременно не должен был быть высоким. До Второй мировой войны носок футбольных ботинок часто укрепляли специальной накладкой с отверстием, которая частично перекрывала шнуровку и добавляла специфики внешнему виду этой обуви. Довоенные бутсы были, видимо, достаточно жесткими. Так, Михаил Ромм в своей книге дает новичкам совет не надевать во время игры пять пар носков и не наматывать сверху портянки для мягкости, как, по словам автора, любили делать некоторые игроки (Ромм 1927: 172). Вероятно, дополнительные слои материала были призваны защитить ногу при ударах по мячу. Ромму, вполне возможно, пришлось бы по вкусу предпри-

няята уже в XXI веке попытка объединить бутсу и носок в одном предмете, что и физически, и на уровне идеи делает специализированную обувь практически непосредственным продолжением ноги спортсмена.

Сначала кожаные бутсы были высокими (до щиколотки) и довольно тяжелыми – они весили около 500 грамм, а в сырую погоду могли тянуть и на килограмм. Уменьшение веса без потери функциональности стало одной из главных задач производителей футбольной обуви. Когда на чемпионате мира 1954 года Ади Дасслер представил бутсы, весившие около 380 грамм, это воспринималось как технологический прорыв (Hennig, Sterzing 2010). Развитие синтетических материалов во второй половине XX века позволило еще больше снизить вес специализированной обуви для футбола, не жертвуя ее функциональными качествами. Наиболее легкие из современных бутс весят около 100–150 грамм. Только в 1960-х годах появляются более привычные нам сегодня низкие футбольные бутсы, которые уже не закрывали голеностопный сустав. Это было логичным эволюционным решением, поскольку туго зашнурованные высокие ботинки ограничивали подвижность голеностопа. По словам Ромма, в период между двумя мировыми войнами высокие футбольные бутсы часто не шнуровали полностью. Вместо этого была разработана довольно сложная система: «Правильно зашнуровать футбольный башмак – тоже не простое дело. Доверху шнуровать не надо – это стеснит движения ступни. Нужно плотно зашнуровать башмак до конца подъема, затем обернуть шнурок вокруг щиколотки, перекрестить на подъеме, пропустить под подошвой, вновь перекрестить на подъеме и завязать сзади щиколотки. При таком способе башмак будет сидеть плотно и не стеснять движения ноги» (Ромм 1930: 23).



Футбольные бутсы с полосками из кожи вместо шипов. 1930-е. Каталог «Спортивные изделия Болшевской трудкоммуну имени Г. Г. Ягоды» спортивного общества «Динамо» (М., 1935).



Типичные футбольные бутсы периода между двумя мировыми войнами и характерная манера их шнуровать. Скульптурное оформление станции метро «Площадь Революции» (Москва), коллектив скульпторов под руководством М. Г. Манизера. Фрагмент статуи футболиста. Фото Екатерины Кулиничевой

В контексте истории популярных кроссовок о футбольных бутсах для игры на газоне или беговых шиповках говорят достаточно редко и скупно, несмотря на то что именно их часто рекламируют спортивные звезды первой величины. Но теннисные и баскетбольные кроссовки гораздо лучше подходят для одомашнивания, поскольку могут переходить со спортивных площадок на улицы без принципиальных изменений конструкции. Тем не менее некоторые кроссовки, сделавшие себе имя в популярной культуре, первоначально были придуманы именно для футбола. Например, появившиеся в 1950 году adidas Samba первоначально предназначались для игры на скользкой, обледеневшей поверхности и имели характерную подошву с функциональными дополнениями, в 1970-х годах модель была перепрофилирована для игры в футбол в помещениях, а сегодня считается одной из самых популярных моделей кроссовок для города (Semmelhack et al. 2015).



Футболист. Фрагмент рельефа на станции метро «Парк культуры. Кольцевая» (Москва) работы И. М. Рабиновича. Стремясь показать специфику этого вида обуви, скульптор акцентирует внимание на шнуровке и полоске, укрепляющей носовую часть ботинка. Фото Екатерины Кулиничевой

Простой текстильный (парусиновый) верх и тонкую резиновую подошву имела появившаяся благодаря изобретению метода вулканизации резины обувь, известная под названиями *sandshoes*, *plimsolls* или *plimsoll shoe*. Эти названия так или иначе отсылают к пляжной культуре, и действительно, вплоть до 1930-х годов пляжный гардероб многих отдыхающих наряду с купальным костюмом включал в себя обувь. Чаще всего это были легкие тапочки на резиновой подошве без каблука, которые в женском варианте могли иметь подобие шнуровки вокруг подъема.



Отдыхающие на пляже. Почтовая открытка. 1928 (датировка по подписи на обороте). Из личной коллекции Екатерины Кулиничевой



Отдыхающие на пляже. На девушках – разные виды пляжной спортивной обуви. Почтовая открытка. 1920–1930-е. Из личной коллекции Екатерины Кулиничевой



Женщины в пляжных костюмах и обуви. Почтовая открытка. 1920-е. Из личной коллекции Екатерины Кулиничевой. Открытки межвоенного периода запечатлели все многообразие спортивной обуви для активного отдыха на пляже. Например, здесь на одной из девушек туфли с декоративным орнаментом. Из личной коллекции Екатерины Кулиничевой



Девушка в студии курортного фотографа в пляжном костюме и спортивной обуви без шнурков с декоративным решением верха. Почтовая открытка. 1932 (датировка по подписи на обороте). Из личной коллекции Екатерины Кулиничевой

Популярность разных видов гимнастики в конце XIX – начале XX века способствовала распространению гимнастических туфель – вида мягкой и легкой обуви, которая имела конструкцию и силуэт, похожие на plimsolls, но, как правило, делалась из кожи и имела кожаную подошву.

Соединение резиновой подошвы с верхом из текстиля или кожи стали применять и в производстве теннисных туфель. В статье, посвященной производству и потреблению обуви для лаун-тенниса в Британии позднего викторианского периода, историк Томас Тёрнер называет

теннисные туфли предками современных кроссовок, имея в виду не только их функциональное предназначение, но и широкую доступность и тот факт, что их довольно скоро начали носить не только на спортивных площадках (Turner 2016). Современные кроссовки массового производства, по мнению Тёрнера, могут считаться одомашненными потомками викторианских теннисных туфель.



Дамы на теннисном корте. 1910-е. Автор неизвестен. Из личной коллекции Екатерины Кулиничевой

Появление особой обуви для тенниса было обусловлено специфическими требованиями самой игры, которая начиная с 1870-х годов стала в Британии чрезвычайно популярной²⁰. С одной стороны, теннисистам желательно было иметь возможность активно двигаться, поэтому специальные туфли, как правило, изготавливали более низкими, чем обычные для того времени повседневные фасоны. В то же время было важно не портить покрытие площадок, устройство которых обходилось в значительную сумму (Ibid.). Поэтому самые правильные теннисные туфли, по крайней мере в мужском варианте, имели плоскую подошву без ярко выраженного каблука²¹. Использование резины позволило решить несколько важных функциональных задач. Если обувь на кожаной подошве доставляла во время игры ряд существенных неудобств – была скользкой, промокала и достаточно быстро приходила в негодность, то новый материал оказался более практичным. Кроме того, резина позволяла экспериментировать с рисунком подошвы и ее толщиной. Например, модель Tenacious, выпускаемая компанией H. Randall, имела более прочную подошву, благодаря чему, согласно заверениям производителя, эти теннисные туфли служили дольше даже при активном использовании и достаточно агрессивной манере игры (Ibid.: 492).

²⁰ Одним из изобретателей современного тенниса считается британец Уолтер Клоптон Уингфилд. В 1873 году он изобрел игру под названием sphairistikè (что можно перевести как «игра с мячом») и популяризировал ее, продавая специальные наборы, куда входил первый вариант унифицированных игровых правил, сетка, стойки и мячи. Подробнее о возникновении и распространении лаун-тенниса в Великобритании см., например: Gillmeister 1998; Lake 2014; Wilson 2016.

²¹ Это правило часто не будет соблюдаться при создании женской теннисной обуви. Подробнее см. во второй главе этой книги.

Конкуренция также поощряла производителей экспериментировать с колодкой и дизайном верха. Например, одним из популярных рекламных козырей в конце XIX века была не только «более совершенная анатомическая форма»²², но и широкий выбор материалов для верха. Теннисные туфли делались из парусины, юфти (russian leather) и других видов кожи, они могли быть не только белыми, но и разноцветными и иметь декоративную выделку. Такое разнообразие ассортимента помогало удовлетворить вкусы разных категорий потребителей. Развитие производственных технологий в истории спортивной обуви шло рука об руку с развитием технологий маркетинга. Комбинация технологических инноваций и стиля, который должен был привлечь внимание потенциального покупателя, уже во второй половине XIX века стала одним из главных двигателей продаж: этот принцип производители спортивной обуви усвоили достаточно быстро и больше никогда от него не отступали.

Теннис завоевывал популярность по всему миру, а вместе с ним распространялась и специализированная обувь. К 1890-м годам любители тенниса в Соединенных Штатах имели в своем распоряжении как импортную продукцию, так и варианты местного производства (Ibid.). Теннисные туфли оказались настолько универсальными, что часто использовались и для занятий другими видами спорта. Со временем они переключались сначала в сферу активного досуга, а затем и в повседневную жизнь. Не случайно термин tennis shoes до сих пор используется в американском английском для обозначения кроссовок вообще.



Мужские теннисные туфли. Каталог «Спортивные изделия Болшевской трудкоммуны имени Г. Г. Ягоды» спортивного общества «Динамо» (М., 1935). 1930-е

Другой важной вехой в истории кроссовок стало появление специальной обуви для игры в баскетбол. Саму игру придумал в 1881 году тридцатилетний уроженец Канады Джеймс Нейсмит, преподававший гимнастику в одном из учебных заведений в Спрингфилде, штат Мас-

²² Примером может служить реклама модели Pastime Slazenger and Sons и др. Правда, как отмечает Томас Тёрнер в своем исследовании, внимание к технологиям в тот период было характерно в первую очередь для мужской теннисной обуви и в куда меньшей степени – для женской.

сачусетс (Myerscough 1995: 139). Ассоциация христианской молодежи (YMCA), в системе которой работал Нейсмит, уделяла много внимания физическому воспитанию учащихся: считалось, что гармоничное развитие разума, тела и духа поможет молодым людям исполнять свой христианский долг. Новая игра была интересной, легко осваивалась, подходила для крытых спортивных залов с искусственным освещением. Важным преимуществом баскетбола стала возможность играть и тренироваться в зимнее время и в закрытых помещениях. Благодаря этому новая игра составила альтернативу менее увлекательной гимнастике – основному виду зимних тренировок для учащихся. Считается, что первый в истории баскетбольный матч состоялся в середине декабря 1891 года. А в 1892 году правила игры впервые были напечатаны в школьном журнале *The Triangle*. Новая игра быстро распространилась по стране: сначала через систему YMCA, а затем и за ее пределами²³. Тогда же, в 1890-е годы, благодаря представителям YMCA баскетбол стал распространяться по миру и к рубежу веков попал во Францию, Китай, Индию, Японию и другие страны²⁴. Важно отметить, что в отличие от тенниса баскетбол и в США, и в других странах имел репутацию чрезвычайно демократичного вида спорта, который не требовал от потенциальных участников больших финансовых затрат на организацию игры и приобретение экипировки. Автор журнала *Sports Illustrated* Рой Террелл, в 1957 году рассуждая о причинах популярности баскетбола даже в небогатых учебных заведениях, писал: «Баскетбол никогда не был дорогим спортом. Площадку, по сути, можно сделать в любом месте, и у любого ребенка есть пара спортивной обуви. Самым дорогим предметом, особенно на городской площадке или на любительском уровне, является сам мяч, а хороший баскетбольный мяч стоит меньше 10 долларов» (Terrell 1957)²⁵.

²³ До 1921 года название игры, придуманное вскоре после ее изобретения, чаще всего писалось в два слова: *Basket Ball*.

²⁴ Подробнее о возникновении и распространении баскетбола, см., например: Myerscough 1995.

²⁵ Такие экономические аргументы использовали и сторонники развития баскетбола в Советском Союзе. Михаил Ромм писал в 1924 году: «Громадным достоинством баскетбола является простота и дешевизна оборудования», а в правилах содержалось указание на то, каким должен быть диаметр баскетбольного кольца при игре футбольным мячом – для тех, у кого не было специального баскетбольного (Ромм, Сысоев 1924).



Группа теннисистов на корте в г. Парамарибо (Суринам). 1912. Groepsfoto van vier personen op de tennisclub, anonymous, 1912. Gift of B. Feith-Schnitger, Vorden. The Rijksmuseum



Группа теннисистов на корте в г. Мунго (Суринам). 1929–1930. Groepsportret op de tennisbaan van Moengo, anonymous, 1929–1930. Purchased with the support of the Maria Adriana Aalders Fonds/Rijksmuseum Fonds



Эрнест Шмидт, игрок баскетбольной команды колледжа из Канзаса. 1931. Автор неизвестен. Из личной коллекции Екатерины Кулиничевой

По всей видимости, первое время в баскетбол играли в любой имевшейся в распоряжении обуви. Нейсмит вспоминал, что на первую тренировку некоторые заинтересовавшиеся новой игрой девушки пришли с теннисными туфлями (Myerscough 1995: 149). В них же обуты баскетболисты на многих фотографиях рубежа XIX–XX веков. Общие рекомендации раннего периода развития баскетбола часто носили самый общий характер: например, выбирать туфли с нескользящей подошвой. Также запрещалось надевать на игру любые туфли с

шипам. Со временем производители предложили специальную обувь, учитывающую специфику вида спорта. Авторы книги «Спортивная обувь из цветной резины» констатируют, что «обувь для игры в баскетбол скорее изнашивается, чем обувь, которой пользуются обычно при других спортивных играх или занятиях. Объясняется это быстрым темпом игры в баскетбол, напряженной работой ног игроков, непрерывными чередующимися рывками, торможениями и прыжками, что разрушающе действует на резину» (Арансон, Карнеев 1956: 2–3).

В 1917 году компания Converse, основанная за девять лет до этого Маркусом Миллсом Конверсом, выпустила высокие спортивные туфли, со временем ставшие известными как Converse All Stars. Они имели текстильный верх и резиновую подошву и продвигались как специализированная обувь для баскетбола. Примерно в то же время баскетбольную обувь начала производить компания Keds. В 1920-е годы компания Converse предлагала уже несколько вариантов специализированной баскетбольной обуви. Одним из плюсов новых моделей была особая подкладка, которая должна была препятствовать натиранию ног во время игры и появлению мозолей. В числе описываемых рекламой достоинств модели Non-Skid упоминалась, например, «подошва, разработанная с научным подходом». Реклама специализированной обуви для баскетбола была, вероятно, одной из первых, предлагавших специальные средства защиты ног спортсмена: накладки для защиты голеностопа, мягкие стельки, накладки для защиты пальцев и специальные небольшие отверстия в боковой части ботинка для вентиляции, изобретенные в 1932 году (Purtich 2017).

Эта появившаяся еще в первые десятилетия XX века форма обуви для баскетбола будет доминировать на профессиональных и любительских площадках вплоть до 1970-х годов, когда на смену высоким моделям с верхом из ткани и плоской резиновой подошвой придут более массивные кроссовки из кожи или синтетических материалов.



Рис. 1

1 — губчатая вкладная стелька; 2 — обсоюзная лента внутренняя;
3 — обсоюзная лента наружная; 4 — рисунчатый носок; 5 — усилитель
носки — буфер; 6 — резиновый задник

Устройство баскетбольной обуви. Схема из книги С. Н. Карнеева и И.П. Арансона. «Спортивная обувь из цветной резины» (М., 1956. С. 2)



Обложка советской книги «Баскетбол. Полное руководство с официальными правилами» М. Ромма. 1924. Художник М. С. Ягужинский

Теннис и баскетбол были не единственными видами спорта, оказавшими непосредственное влияние на повседневный обувной гардероб в XX веке. Свой след также оставила мода на аэробику, бег на длинные дистанции и другие спортивные мании. Во всех упомянутых случаях специализированная обувь по счастливому стечению обстоятельств также могла «переезжать» в повседневный гардероб без заметных модификаций конструкции, а внимание производителей к ортопедической составляющей и специфический дизайн играли роль дополнительных аргументов за ее покупку.

Под беговой обувью в данном случае мы понимаем уже не спринтерские шиповки и другие виды шипованных туфель, а тот тип кроссовок, который стал популярным на волне бего-

вого бума 1970-х годов, охватившего Америку и многие другие страны²⁶. Беговую манию часто сравнивают с теннисной в XIX веке. В 1970-е годы джоггингом – темповым бегом на длинные дистанции без ориентации на время – в США начали заниматься от 20 до 25 миллионов человек (Turrini 2010: 91). В 1977 году один из авторов газеты *The New York Times* приходит к выводу, что «джоггинг очевидным образом стал любимым национальным времяпрепровождением» (Kreloft 1977).

Помимо бега для удовольствия или тренировки, многие начинают участвовать в соревновательных забегах на марафонскую и другие длинные дистанции. Эта практика достаточно быстро коммерциализировалась, и историки даже фиксировали отток именитых бегунов из менее привлекательной в финансовом плане легкой атлетики в дистанционный бег. Дорожное покрытие, по которому чаще всего бегали поклонники этого вида спорта, было жестким и потребовало специальной обуви. Журнал *Runner's World* констатировал: «Вместе с беговой революцией пришла революция беговой обуви. Одна не могла бы случиться без другой» (*The interplay* 1975: 26). «Конечно, обувь не делает из человека бегуна. Это делают регулярные тренировки, – поясняется в той же статье. – Но обувь – это катализатор, который помогает бегать лучше, устранить негативные моменты – боль, волдыри, удары – и обеспечить регулярность» (Там же). Обувь считалась едва ли не самой важной частью экипировки бегуна, и специализированные издания посвящали этой теме отдельные тематические номера. *Runner's World* с 1967 года раз в два года публиковал обзоры беговой обуви, основанные на тестировании существующих на рынке моделей, и таким образом предлагал своим читателям точку зрения, альтернативную рекламной²⁷.

Качественный прорыв в производстве беговой обуви произошел в 1960-х – первой половине 1970-х годов. «Tiger вывел нас из темных веков беговой обуви. Немногим более десяти лет назад выбирать приходилось из шиповок и тяжелой „разминочной“ обуви, моделей домашнего производства и экзотических брендов обуви для твердых дорожных покрытий, сделанных в маленьких семейных лавочках где-то на Востоке. Сегодня нам предлагают на выбор более ста моделей специализированной обуви от более чем двадцати пяти производителей», – сообщает автор *Runner's World* (*Who sells* 1975: 28). Собственно беговая обувь, в свою очередь, стала делиться на тренировочную и соревновательную. Кроссовки, предназначенные для соревновательных забегов, должны были быть легче тренировочных (в начале 1980-х годов примерно на 1/3) и иметь специфическую посадку. Журнал *Runner's World* в 1981 году давал своим читателям следующие советы: «Хорошая пара соревновательных кроссовок, будучи надета на ногу, кажется ее продолжением. Посадка похожа на перчатку, вес практически не чувствуется, а ощущения, которые человек испытывает во время ходьбы или бега в них, должны быть такими, словно обуви нет вообще – притом что ощущения должны быть заметно лучше, чем во время ходьбы или бега босиком» (*Men's racing flat* 1981: 46–47). Поскольку уменьшение веса соревновательной обуви достигалось в основном за счет более тонкой и менее сложно устроенной подошвы, которая в меньшей степени смягчала удар о поверхность, издание советовало своим читателям для забегов на 10 километров и более все же использовать не соревновательные, а тренировочные кроссовки, чья подошва обеспечивала, как считалось, более эффективную защиту ног от ударных нагрузок (*Ibid.*).

В начале 1970-х годов случилось то, что *Runner's World* назвал «нейлоновой революцией»: в качестве основного материала для верха беговой обуви кожу начал массово вытеснять нейлон, что позволяло делать кроссовки более легкими и гибкими. Как считается, первой нейлон в производстве кроссовок начала использовать японская компания *Onitsuka Company*,

²⁶ Журнал *Runner's World* предлагает считать началом этой беговой революции 1968 год (*The interplay* 1975).

²⁷ Как сообщается в одном из редакционных материалов, публикации таких обзоров регулярно приводили к тому, что недовольные результатами испытаний и рейтингом производители спортивной обуви на какое-то время переставали размещать в издании свою рекламу (*Runner's World* 1981: 25).

чей специализацией была как раз обувь для бега на длинные дистанции. Она же одной из первых открыла потенциал этого рынка (Who sells 1975: 28). Если в 1967 году обзор обуви Distance Running News включал пятнадцать пар моделей, и все они были сделаны из кожи, то уже в 1975 году издание Runner's World характеризовало этот сегмент как тот, где доминирует обувь с верхом из нейлона (The interplay 1975: 26). Некоторые беговые модели 1970-х годов выпускаются до сих пор, хотя многие из них сегодня считаются скорее обувью для города.

Как точно заметил в своей книге Том Вандербильд, продвижение спортивной обуви – «это не только поиски правильного слогана и создание правильного имиджа. Это также поиски – а иногда и формирование – (нового) рынка» (Vanderbilt 1998: 134). Прекрасной иллюстрацией того, как производители спортивной экипировки и инвентаря реагируют на реальные или потенциальные потребности аудитории²⁸, могут служить аэробика и скейтбординг – два вида физической активности, ставшие чрезвычайно популярными в 1980-х годах.

Изобретателем термина «аэробика» считается Кеннет Купер, врач военно-воздушных сил США, разрабатывавший тренировочные программы и тесты на физическую выносливость для пилотов и астронавтов. В конце 1960-х годов он начал пропагандировать пользу так называемых аэробных тренировок и разработал систему упражнений, которую рассматривал как часть превентивной медицины, направленной на укрепление здоровья (в частности, улучшение работы сердца) и физической формы человека. В 1968 году Купер изложил ее принципы в своей первой книге под названием «Аэробика» (Aerobics)²⁹. Там же содержались рекомендации по выбору видов упражнений, частоте их выполнения и система оценки эффективности тренировок. Система Купера стала популярна как у военных, так и у гражданского населения, в частности бегунов.

Практически сразу стали появляться тренировочные программы, соединявшие виды аэробных нагрузок с хореографией и выполнявшиеся под музыку. В 1969 году Джуди Миссетт придумала и начала преподавать «джазерсайз» (Jazzercise). В том же году Джеки Соренсен под влиянием книги Купера разработала и начала преподавать похожую систему тренировок под названием «танцевальная аэробика» (aerobic dance). В 1970-е годы и далее термином «аэробика» чаще всего будут называть именно такие тренировочные программы с элементами танца, о них же говорят, когда упоминают о буме аэробики в 1980-е годы (the aerobics craze)³⁰.

Помимо прочего, аэробика и другие спортивные мании 1980-х годов сделали популярным узнаваемый стиль тренировочной униформы: купальники, цветные легинсы и гольфы, широкие пояса, эластичные повязки на голову и т. д. Причем границы этого влияния простирались на удивление далеко. Так, Барбара Брауни и Дэнни Грэйдон именно этим объясняют изменение костюма Чудо-женщины, знаменитой героини комиксов (Brownie, Graydon 2015: 100): в 1980-е годы этот персонаж, а вслед за ней и многие другие героини лишились юбок и облачились в костюмы, напоминающие купальники или боди. Судя по многочисленным гол-

²⁸ Городской фитнес-бум в Америке 1980-х годов, частью которого была аэробика, сильно способствовал развитию индустрии спортивной экипировки, поскольку в то время не только значительно увеличилось количество занимающихся, но подключились и новые специфические категории потребителей. В частности, появились классы для беременных – и вслед за этим и особая экипировка для женщин, ожидающих ребенка, которые раньше были вынуждены просто покупать спортивную форму на несколько размеров больше (Taylor 1983). Таким образом, можно констатировать, что рынок спортивной экипировки в известном смысле догонял рынок спортивной обуви. В 1970–1980-е годы современные гиганты рынка окончательно превращаются из обувных компаний в производителей всех категорий спортивных товаров, включая одежду. Как отмечает Фил Найт, это было обусловлено бизнес-интересами: если ты мог предложить полный пакет экипировки, было проще находить рекламные лица среди спортсменов, договариваться с торговыми сетями, к тому же компания выглядела привлекательнее в глазах потенциальных инвесторов (Найт 2016).

²⁹ Сам термин aerobic, или «аэробный», означает «с кислородом» или «жить и работать с кислородом» (Levinson, MacKey 1999: 2). Как вспоминал сам доктор Купер, он не хотел называть свою книгу таким образом, поскольку ему казалось, что люди не смогут произнести и запомнить слово «аэробика» (Netburn 2009).

³⁰ Популяризации аэробики как вида фитнеса способствовало изобретение видеозаписи и становление соответствующей индустрии: благодаря этому женщины могли заниматься не только на групповых занятиях, но и дома.

ливудским экранизациям комиксов последних лет, сегодня такой визуальный образ героинь со сверхспособностями воспринимается как канонический³¹.

Вопреки популярному представлению, аэробика не была исключительно женским видом тренировок. К новой спортивной моде активно приобщались мужчины³². В 1982 году по инициативе одного из игроков танцевальные тренировки даже вошли в программу физподготовки хоккейного клуба «Нью-Йорк Рейнджерс» (New York Rangers) (Mifflin 1982).

Изначально аэробика как вид спортивно-танцевальной тренировки, которая проводится в закрытых помещениях, не требовала специальной обуви. Джейн Фонда на обложке своей знаменитой книги 1981 года запечатлена без кроссовок³³, как и Джуди Миссетт в фотосессии того же года для журнала *Runner's World*. Появление коммерческой связки «аэробика – определенные модели кроссовок» (например, появившиеся в 1982 году Reebok Freestyle³⁴) приписывают находчивости производителей спортивной обуви, которые использовали инструкторов для рекламы своей продукции. Другим примером своевременной реакции производителей на появление нового рынка является скейтбординг. В мае 1965 года, когда на новый вид популярного у молодых людей досуга впервые обратила внимание широкая общественность, журнал *Life* поместил на обложку фото скейтбордистки Патти Макги, выполняющей один из трюков. На этом снимке и некоторых других фото, сделанных для того же номера журнала, девушка сфотографирована босиком. Вплоть до 1970-х годов многие действительно катались без обуви вообще. Традиция вставать на доску босиком пришла из серфинга³⁵, с которого начинали многие представители первой волны скейтбординга. В одном из своих интервью Макги сказала, что ее «экипировка была как из каменного века по сравнению с нынешней», в частности «никаких шлемов, защиты для коленей и локтей, и босые ноги рулят» (McGee 2011). В том же разговоре она вспоминает, что скейтеры начали обуваться не потому, что это стало модно – «когда обувные спонсоры вступили в игру, это в каком-то смысле просто случилось».

³¹ Эта традиция часто доставляет актрисам серьезные неудобства. Оливия Мун, исполнившая роль Сайлок в фильме «Люди X: Апокалипсис», в одном из телешоу вспоминала, что ей требовались помощь двух ассистентов и мыло, чтобы втиснуться в обтягивающий латексный купальник ее персонажа.

³² Считается, что ради привлечения мужчин из названия *Aerobic dance* со временем убрали слово «танец».

³³ Первую студию аэробики Джейн Фонда открыла ради финансовой поддержки политических амбиций своего тогдашнего супруга. Позднее на основе «Книги упражнений Джейн Фонда» (*Jane Fonda's Workout Book*) актриса выпустила первый видеокурс тренировок, что положило начало ее бизнесу в этой сфере.

³⁴ Reebok Freestyle, хотя и считались специализированной спортивной обувью, очень быстро стали популярным элементом городской уличной моды. А их «народное» название «5411» отсылало к нью-йоркской розничной цене 54,11 доллара с учетом налога штата.

³⁵ Собственно, рост популярности серфинга в 1960-е годы также связывают с техническими инновациями и появлением более легких пластиковых досок, заменивших деревянные (Fitzpatrick 2009: 4–5).



Скейтер в обуви Vans. США. Автор неизвестен. Из личной коллекции Екатерины Кулиничевой

Со временем скейтбординг действительно стал ассоциироваться со специальной обувью: как правило, она имела текстильный верх и более толстую резиновую подошву. Но и сам спорт значительно изменился со временем. Эксперименты с материалами для изготовления колес и конструкцией механизмов соединения их с доской позволили усовершенствовать инвентарь, что сделало его более управляемым и позволило с меньшим риском исполнять более сложные трюки. Практики катания усложнились и стали более агрессивными, когда на смену «серфингу по улицам» или «серфингу по тротуарам»³⁶ пришли другие виды катания с трюками и использованием пустых бассейнов, элементов городской инфраструктуры или специальных архитектурных сооружений в скейт-парках, что изменило и тип специфических нагрузок, которым подвергается обувь. Как вспоминает сын основателя компании Vans Стив ван Дорен, знаменитые скейтеры 1970-х годов Тони Альва и Стейси Перальта³⁷, помогавшие популяризировать бренд³⁸, из-за трюков снашивали правый ботинок в три раза быстрее, чем левый, поэтому компания выдавала им дополнительные экземпляры правой половины пары (Jaeger 2009: 114).

³⁶ Sidewalk surfing и street surfing – популярные названия скейтбординга на раннем этапе его истории.

³⁷ По воспоминаниям Стива ван Дорена, это был первый скейтер, связанный коммерческими отношениями с брендом Vans.

³⁸ Vans является одним из самых известных в широких кругах брендов, который ассоциируется со скейтбордингом, хотя основатель компании Пол ван Дорен не собирался делать обувь специально для этой категории потребителей. Имевший опыт

работы в обувной индустрии, ван Дорен, открывая небольшую фирму в Калифорнии, намеревался делать обувь, которая просто была бы более износостойкой. Наряду с функциональными качествами скейтеров привлекал подход к пожеланиям клиентов: каждый покупатель мог заказать персональный вариант расцветки обуви (Jaeger 2009: 113).

Обувь, которая понравилась бы Дарвину

Новые технологии и воспевание прогресса прочно вошли в риторику спортивной обуви и стали темой многих рекламных кампаний. Продвижение товара с упором на рациональные аргументы, медицинский или научный дискурс использовали еще британские производители туфель для лаун-тенниса. Они размещали печатную рекламу, убедительность которой строилась на сочетании изображения обуви и подробного описания ее функциональных и эстетических достоинств. Многие бренды прибегали к приему гиперболизации. Например, компания Nike в одной из своих кампаний начинала историю баскетбола со времен древних майя: иллюстрации сравнивали новую модель Air Flight Huarache с древней на вид обувью из древесной коры, а сообщение рядом с ними гласило: «игра не изменилась, но обувь – да». В свою очередь, компания Saucony в одной из своих кампаний модели Shadow начинала историю бега с человекообразных обезьян: первая картинка в серии изображений демонстрировала мохнатую обезьянью лапу, за ней следовали изображения обнаженной человеческой ноги, затем ног в разных моделях кроссовок, а рекламный текст завершался уверенным предположением, «что Чарльзу Дарвину понравилась бы эта обувь. Поскольку это, возможно, самый удобный аргумент, который когда-либо приводили в пользу эволюции». Высокие спортивные технологии и многолетний опыт их разработок до сих пор остаются одним из важных конкурентных преимуществ для специализированных спортивных брендов. С одной стороны, это помогает им соревноваться с конкурентами, обладающими в глазах потребителей преимуществами другого рода – например, принадлежностью к привилегированному миру высокой моды. С другой – это помогает спортивным брендам дистанцироваться от тех конкурентов, кто под влиянием моды выпускает обувь, копирующую формы кроссовок, но не имеющую системы поддержки и амортизации, высокотехнологичной средней подошвы (midsole) и т. д.

Важной заботой производителей спортивной обуви в XX веке была необходимость защитить ноги тех, кто ее носит. Сформировалось убеждение, что специализированная обувь может минимизировать негативные последствия неправильных движений и способствовать усваиванию правильной двигательной техники.

Как отмечает Анн Мари Мулен, «история тела в XX веке – это история его беспрецедентной медикализации (История тела 2016: 11). Одним из важных достижений столетия стало признание права на здоровье, под которым понималось как физическое, так и умственное и социальное благополучие. «Если главным словом XVIII века было „счастье“, а XIX века – „свобода“, то главное слово XX века – это „здоровье“», – заключает Мулен (История тела 2016: 13).

Чрезвычайно важный для XX и XXI веков дискурс превентивной медицины сыграл свою роль в деле популяризации спортивной обуви, в которой привыкли видеть воплощение комфорта, обеспеченного научным подходом. Забота о собственном опорно-двигательном аппарате сегодня воспринимается как один из залогов более комфортной старости наряду с правильным питанием или грамотным уходом за кожей, которые всячески рекомендуется практиковать с молодого возраста. Эту риторику усвоили не только те, кто бегаёт марафоны, но и люди, которые просто много перемещаются по современному мегаполису.

Показательным примером в этом смысле можно считать дискуссию о беговых кроссовках. Начиная с последней трети XX века основные эксперименты в этом сегменте были связаны с конструкцией и материалами подошвы и поиском оптимальных способов амортизации ударов при контакте ноги с твердым покрытием. В числе наиболее известных нововведений в этой области можно упомянуть использование при производстве подошвы комбинаций разных синтетических материалов или полостей с жидкостью или газом внутри подошвы. Как говорилось в колонке издателя в одном из специальных тематических номеров журнала Runner's World, «не все травмы связаны с обувью. Но среди тех, что связаны, многих можно избежать. Акту-

альной остается проблема: люди носят обувь, которая им не подходит. <...> Каждому бегуну определенно стоит потратить свое время и прочитать весь массив информации, который мы собрали о беговых кроссовках, внимательно его осмыслить и выбрать обувь в соответствии со своими потребностями» (Anderson 1981: 9).

Стремление людей избежать проблем со здоровьем активно эксплуатировал рекламный дискурс. Например, реклама модели Auroga от Nike сообщала, что эта беговая обувь разработана с учетом особенностей женской анатомии и, таким образом, обеспечивает дополнительный комфорт и защиту. В 1983 году реклама беговой обуви от Converse предлагала модели, которые подходят «для разной манеры бегать», и, как и многие другие тексты подобного жанра, в просветительском ключе разъясняла потенциальным покупателям, чем опасны пронация и супинация – два медицинских термина, пополнивших словарь подкованного потребителя. За эмоциональный посыл в этой рекламе отвечала фотография с изображением костылей у открытого окна, из которого открывался вид на шоссе, и крупная поясняющая надпись над ней: «Самая длинная дорога для любого бегуна – та, что ведет к восстановлению».

Целевой аудиторией подобных рекламных сообщений были в первую очередь те, кого принято называть спортсменами-любителями, ведь именно они занимались спортом для здоровья, как физического, так и психологического. Ведь если в случае с профессионалами своеобразный обмен здоровья на успех, статус и капитал можно считать частью неофициального профессионального контракта спортсменов, в некотором роде сознательной сделкой, то у любителей, занимающихся спортом для укрепления здоровья или ради самосовершенствования и самодисциплины, подобного контракта, разумеется, не существует. Потенциальные травмы способны сказаться на качестве их жизни куда более фатально, а потому и пугают, вероятно, сильнее. Свидетельством тому может служить исследование, посвященное футбольной обуви, которое провели специалисты лабораторий в Эссене и Хемнице. Результаты их опроса среди профессиональных игроков зафиксировали, что важными качествами спортивной обуви для этой категории ее обладателей являются комфорт, сцепление с поверхностью и поддержка стопы (то есть нейтрализация пронации/супинации). И внимание к этим качествам среди профессионалов с течением времени только возрастает, поскольку сам футбол становится все более атлетичным и скоростным. А вот способность специализированной обуви уберечь ноги от травм неожиданно для исследователей получила по результатам опроса существенно более низкий рейтинг (Hennig, Sterzing 2010). Под травмами в данном контексте, по всей видимости, понимаются не хронические проблемы, а повреждения, полученные в результате несчастного случая, ведь пронация и супинация также ведут к медицинским проблемам.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.