

# КРОССОВКИ, РАСС БЕНГСТОН ИЗМЕНИВШИЕ БАСКЕТБОЛ.

КАК **КУЛЬТОВЫЕ** МОДЕЛИ  
ПОВЛИЯЛИ НА КУЛЬТУРУ  
И СТИЛЬ ИГРЫ В **NBA**

УДК 796.323.2:929  
ББК 75.566  
Б46

## A History of Basketball in Fifteen Sneakers

Russ Bengston

### Бенгстон, Расс.

Б46 Кроссовки, изменившие баскетбол. Как культовые модели повлияли на культуру и стиль игры в NBA / Расс Бенгстон ; [перевод с английского А. Джафарова, А. Качалова]. — Москва : Эксмо, 2025. — 256 с. : ил. — (Подарочные издания. Спорт).

Могли ли инновации, технологии и культура навсегда изменить облик кроссовок, сделав их символом целого поколения, а баскетбол — настоящей страстью миллионов?

Пройдя через более чем столетнюю историю, вы увидите, в каких моделях обуви звезды мирового масштаба, такие как Майкл Джордан, Леброн Джеймс, Стефен Карри, Коби Брайант и многие другие, завоевывали свои культовые трофеи.

Каждая из этих моделей стала не просто предметом гардероба, а символом эпохи, изменяющей восприятие игры.

УДК 796.323.2:929  
ББК 75.566

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

Издание для досуга

Для широкого круга читателей

ПОДАРОЧНЫЕ ИЗДАНИЯ. СПОРТ

Бенгстон Расс

### КРОССОВКИ, ИЗМЕНИВШИЕ БАСКЕТБОЛ

#### КАК КУЛЬТОВЫЕ МОДЕЛИ ПОВЛИЯЛИ НА КУЛЬТУРУ И СТИЛЬ ИГРЫ В NBA

Главный редактор *Р. Фасхутдинов*  
Руководитель отдела *В. Обручев*  
Шеф-редактор *А. Братищева*  
Ответственный редактор *Я. Оганова*  
Научный редактор *С. Будачев*  
Менеджер проекта *А. Тарасова*  
Художественный редактор *К. Гусев*  
Компьютерная верстка *Д. Льюис*  
Корректор *Т. Загребельная, М. Джалаля*

Страна происхождения: Российская Федерация  
Шығарушы ел: Ресей Федерациясы

ООО «Издательство «Эксмо»  
123308, Россия, г. Москва, ул. Зорге, д. 1, стр. 1, эт. 20, каб. 2013. Тел.: 8 (495) 411-68-86.  
Home page: [www.eksmo.ru](http://www.eksmo.ru) E-mail: [info@eksmo.ru](mailto:info@eksmo.ru)

Өндіріші: «Издательство «Эксмо» ЖШҚ  
123308, Ресей, Мәскеу қаласы, Зорге көшесі, 1-үй, 1-құрылыс, 20 қабат, 2013-қаб.  
Тел.: 8 (495) 411-68-86. Home page: [www.eksmo.ru](http://www.eksmo.ru) E-mail: [info@eksmo.ru](mailto:info@eksmo.ru).  
Тауар белгісі: «Эксмо»

Интернет-магазин: [www.book24.ru](http://www.book24.ru)

Интернет-магазин: [www.book24.kz](http://www.book24.kz)

Интернет-дуken: [www.book24.kz](http://www.book24.kz)

Импортер в Республику Казахстан ТОО «РДЦ-Алматы».  
Қазақстан Республикасына импорттаушы «РДЦ-Алматы» ЖШС.

Дистрибутор и представитель по приему претензий на продукцию в Республике Казахстан: ТОО «РДЦ-Алматы»

ТОО РДЦ Алматы, Алматы, ул. Домбровскийго, 3-а, литер Б, офис 1.

Дистрибутор және Қазақстан Республикасында өнімге шағымдар қабылдау жөніндегі өкіл: «РДЦ-Алматы» ЖШС.

Алматы қ., Домбровский көш., 3-а, литер Б, офис 1.

Тел.: 8 (727) 251-59-90/91/92. E-mail: [RDC-Almaty@eksmo.kz](mailto:RDC-Almaty@eksmo.kz)

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

Техникалық реттеу туралы РФ заңнамасына сай басылманың сәйкестігін растау туралы мәліметтерді мына адрес бойынша алуға болады: <http://eksmo.ru/certification/>

Произведено в Российской Федерации

Ресей Федерациясында өндірілген

Сертификаттауға жатпайды

Дата изготовления / Подписано в печать 23.07.2025.

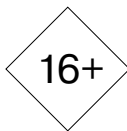
Формат 84x108<sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Печать офсетная. Усл. печ. л. 26,88.

Тираж экз. Заказ



BOMBORA – лидер на рынке полезных и вдохновляющих книг. Мы любим книги и создаем их, чтобы вы могли творить, открывать мир, пробовать новое, расти. Быть счастливыми. Быть на волне.

[bomбора.ru](https://bomбора.ru) [bomборabooks](https://bomборabooks) [bomбора](https://bomбора)



eksmo.ru

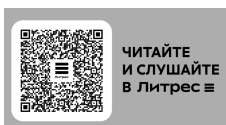
Официальный интернет-магазин издательства «Эксмо»



Хочешь стать автором «Эксмо»?



ТЕРРИТОРИЯ  
КНИЖНЫЙ МАГАЗИН  
Официальная франшиза издательства «Эксмо»



ЧИТАЙТЕ  
И СЛУШАЙТЕ  
В Литрес

ISBN 978-5-04-205290-3



9 785042 052903 >

ЧИТАЙ·ГОРОД

ISBN 978-5-04-205290-3

© Copyright © 2023 by Russ Bengston

© Illustrations © 2023 Konstos LLC

This edition published by arrangement with Workman, an imprint of Workman Publishing Co., Inc., a subsidiary of Hachette Book Group, Inc., New York, NY, USA, via Igor Korzhenevskiy of Alexander Korzhenevskiy Agency (Russia). All rights reserved.

© Фото на обложке и авантитуле предоставлено NIKE, INC

© Джафаров А.Ш., Качалов А.А., перевод на русский язык, 2024

© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2025

# Содержание

Предисловие от Боббито Гарсии		
<b>6</b>		
Введение. Генезис: с чего все началось		
<b>8</b>		
<b>Глава I</b>		
Рождение стиля: Converse Chuck Taylor All Star		
<b>13</b>		
<b>Глава II</b>		
Почнее кожи: Adidas Superstar		
<b>33</b>		
<b>Глава III</b>		
Дух Нью-Йорка: PUMA Clyde		
<b>49</b>		
<b>Глава IV</b>		
Кроссовки будущего: Adidas Top Ten		
<b>63</b>		
<b>Глава V</b>		
Новый стиль: Nike Air Force 1		
<b>79</b>		
<b>Глава VI</b>		
Култ личности: Nike Air Jordan		
<b>93</b>		
<b>Глава VII</b>		
Yo! Bum Rush the Show: Reebok Pump		
<b>109</b>		
<b>Глава VIII</b>		
Плохие парни навсегда: Nike Air Force Max		
<b>125</b>		
<b>Глава IX</b>		
Боже, храни королеву: Nike Air Swoopes		
<b>141</b>		
	<b>Глава X</b>	
	Любовь всей жизни: Nike Air Jordan XI	
	<b>155</b>	
	<b>Глава XI</b>	
	Сила уличной мудрости: AND1 Tai Chi	
	<b>171</b>	
	<b>Глава XII</b>	
	Храни трон: Nike Air Zoom Generation	
	<b>187</b>	
	<b>Глава XIII</b>	
	Теория низкого силуэта: Nike Zoom Kobe IV	
	<b>201</b>	
	<b>Глава XIV</b>	
	Нелегкая «трешка»: Under Armour Curry One	
	<b>217</b>	
	<b>Глава XV</b>	
	Футуризм или Будущее: Nike Adapt BB	
	<b>233</b>	
	Послесловие. Сыграй еще раз: а как же ретро?	
	<b>247</b>	
	Анатомия кроссовок	
	<b>250</b>	
	Библиография	
	<b>251</b>	
	Фото	
	<b>253</b>	
	Особые благодарности	
	<b>254</b>	
	Об авторе	
	<b>256</b>	

## ПРЕДИСЛОВИЕ

---

*Боббито Гарсии*

### **«Так сколько у вас кроссовок в коллекции?»**

Мне задают этот вопрос, ой, наверное, в каждом интервью, что я успел дать с тех пор, как 20 лет назад вышла моя книга *Where'd You Get Those? New York City's Sneaker Culture: 1960–1987*.

«У меня всего пять пар «педалей», — отвечаю я. — Я не коллекционер. И никогда им не был...»

И тогда у интервьюера падает челюсть. Каждый божий раз! Видите ли, я историк. Автор. Снимаю документальные фильмы. Веду эфиры на ТВ и радио. Я занимался дизайном кроссовок в коллаборации с Nike, adidas, PUMA, PRO-Keds и брендами помельче. Но ни одной — ни одной, без исключений — этой карьеры не случилось бы, если бы сначала я не был игроком в мяч.

В 1980-м, когда мне было 14, я заразился basketбольной лихорадкой и принялся гонять мяч каждый день словно сам не свой. К счастью для меня, я жил в Нью-Йорке, где дворовые площадки для игры были одновременно и благодатной средой для бурно развивавшегося хип-хоп-движения и поступательно эволюционировавшей кроссовочной культуры. Air Force 1, Clyde от PUMA, adidas Shell Toe и PRO-Keds 69 — вот самые вожацеленные тапки, о которых мечтали бибои тех лет. Однако каждая из этих моделей изначально разрабатывалась для basketболистов и не считалась модной на улицах — или, правильнее сказать, на линолеуме, — пока их не сделали своим излюбленным атрибутом типы, щеголявшие умением обыграть соперника кроссовером и отпасовать мяч не глядя.

Я как-то прочитал, что порядка 80% всех когда-либо купленных кроссовок не использовались по предполагаемому назначению. Так что лишь 20% людей, покупавших basketбольные «педали», в самом деле шнуровались для того, чтобы выбежать потом в них на площадку с криком: «Я следующий!» Однако все бренды до единого и по сей день тратят миллионы и миллионы на исследования и разработки, дизайн, маркетинг, прогревы, промо, рекламу и так далее и тому подобное с прицелом именно на basketбольную категорию — больше, чем на любую другую. Знаете почему?

Вы правда думаете, что NFL, NHL, MLB, чемпионат мира по футболу (с рекордными аудиториями его трансляций в последние годы), Бостонский или Нью-Йоркский марафоны, крикет в Индии, Уимблдон или любое другое спортивное событие определяют, что модно и круто смотрится на чело-

веческих ногах в той же степени, в какой это всегда делал и будет делать баскетбол? Вы вообще знаете, какой бренд носит Лионель Месси? Не все ли равно? Пеле (да упокоится он с миром) носил обувь PUMA. Как думаете, это хоть как-то влияло на продажи обуви в Нью-Йорке, несомненно главной кроссовочной Мекке мира?

Я не пытаюсь здесь принизить другие виды спорта, спонсорские контракты спортсменов или отдельные бренды. Но когда доходит до дела, ничто другое не угонится за баскетболом по части важности для обувной моды. Основатель и генеральный директор Nike Фил Найт однажды даже сказал, что Swoosh — бренд беговых кроссовок, но его душа принадлежит баскетболу.

Поэтому, когда задумаетесь обо всей этой шумихе вокруг кроссовок — от рынка перекупщиков до длинных очередей за эксклюзивными дропами, просто знайте, что корни ее глубоко уходят в 1960, 1970 и 1980-е, когда от мыслей о том, что же надеть на рядовую игру с мячом и кольцом во дворе, люди в Нью-Йорке натурально сходили с ума. Кроссовки стали индустрией с многомиллиардным оборотом из-за баскетбола — а эта книга расскажет, как же так произошло.

Гидом в путешествии, в которое вам предстоит отправиться, выступит Расс Бенгтсон, которого я считаю не только другом, но еще и источником знаний о баскетболе и обуви в целом. Я доверял Рассу, следил за ним и восхищался им больше двух десятков лет — еще со времен, когда он был главным редактором журнала SLAM и работал с камерой в Complex.

«Дядя» Расс (как его прозвали мы с диджеем Кларком Кентом) взял у меня самое неожиданное и уникальное интервью для журнала KICKS во время пресс-кампании, приуроченной к выпуску моих собственных кроссовок в 2003 году. Я никогда его не забуду. Вместо того чтобы задавать мне однотипные вопросы, как другие журналисты, верховный кроссовочный маньяк вытащил из личных закровов тапки 1980-х годов выпуска, а потом спросил мое мнение о каждой паре. Когда он показал мне Nike Air Ship, я чуть с ума не сошел! Я не видел их с зимы-1984/85, когда они только вышли. И я не знал ни одного другого человека, который был бы в курсе о том, что в своем дебютном сезоне, еще до выхода Air Jordan I, Майкл Джордан носил именно Air Ship. Но Расс знал.

Конечно, он знал.

Вот почему он именно тот чувак, который должен был написать эту книгу. Я надеюсь, что ваши впечатления от чтения будут такими же незабываемыми, как мое интервью ему 20 лет назад.

Достаточно слов...

И пожалуйста, сделайте мне одолжение: когда закончите листать эти страницы, отправляйтесь на улицу и погоняйте мяч! Так будет правильно.



# The Genesis\*: С ЧЕГО ВСЕ НАЧАЛОСЬ



\* Отсылка к треку «The Genesis» из альбома Nas «Illmatic»

**Е**сли вам когда-нибудь захочется хорошенько изучить историю баскетбола, просто отправляйтесь в кроссовочный магазин. Большая ее часть будет висеть там на стенах — от Converse Chuck Taylor All Star до последних моделей Nike для Леброна Джеймса и Кевина Дюранта, Under Armour для Стефа Карри и PUMA для Брианны Стюарт. Наверняка там будут и Air Force 1, и Air Jordan I, adidas Superstar и Top Ten, Reebok Question и PUMA Clyde. Давайте уже признаем: очень многие люди приходят на баскетбольные игры, чтобы посмотреть, что там на ногах у игроков. История кроссовок — это и есть история баскетбола.

Баскет восходит корнями к северо-востоку Америки — начало было положено в спортзале YMCA доктора Джеймса Нейсмита в Спрингфилде, штат Массачусетс. Converse, бренд, создавший первые модели обуви для игры в баскетбол в помещениях, имел корни в том же регионе. В последующее столетие сам спорт и индустрия обуви, созданной для игры в него, превратятся в бизнес мирового масштаба с многомиллиардными оборотами (в 2022 году Statista оценила объем продаж кроссовок в мире в \$72,7 млрд). Профессиональный баскетбол прошел за это время длинный путь — от показа игр в записи по ТВ до круглосуточного зрелища, к которому можно подключиться в любой момент с мобильного, а распространение кроссовок привело к появлению еще одной многомиллиардной индустрии — их перепродаже.

Я в этом деле не новичок. Я писал о кроссовках и баскете долгое время; моей первой работой по теме стала одна-единственная колонка в студенческой газете Университета Делавэра The Review в начале 1990-х, в которой я писал о каких-то невзрачных баскетбольных кроссах 1980-х. В 1996-м я вошел в состав редакции журнала SLAM, где со временем стал освещать кроссовки и стал главным редактором. Раз в месяц я вел колонку о кроссовках в Mass Appeal (следуя по стопам легендарного коллекционера Криса Холла), писал в колонку об NBA в японском DUNKSHOOT, делал тексты для HOOP, а позже был нанят Complex на должность их первого редактора в разделе о кроссовках. По ходу пьесы у меня самого не раз брали интервью — за эти годы я появился в эфире многих подкастов и телешоу, стал частью документального фильма Тибо де Лонгвиля Just for Kicks и ряда других документалок о кроссовках. Впрочем, до всего этого я был просто пацаном, увлеченным кроссовками.

Изначальный замысел этой книги вырос из воспоминаний о кроссовках и баскетболе, которые в моей голове были неразрывно связаны. Я знаю, что первую пару Nike — бело-голубые Bruin — я получил в четвертом классе школы, что было задолго до того, как я начал следить за баскетом. И хотя я отчетливо помню свое желание обладать первыми Air Jordan, когда они только вышли в 1985 году, я ни за что в жизни не вспомню, что было раньше: Майкл

Джордан увлек меня кроссовками Jordan или все-таки наоборот?! В любом случае несколько лет спустя я разжился своей первой парой и ехал на поезде из Лонг-Айленда до «Медисон-сквер-гарден», чтобы собственными глазами посмотреть игру Самого.

Нет сомнений в том, что я не одинок в этом своем пути. Истории баскетбола и баскетбольных кроссовок переплетены настолько, что едва ли есть смысл в попытках отделить их друг от друга. Сначала была изобретена игра, потом были разработаны кроссовки, и одно развивало другое. Обучение игре помогало продавать обувь; продажа обуви помогала распространению игры. Больше полувека джентльмен по имени Чак Тейлор колесил по стране (а позже и по всему свету), продвигая марку Converse, занимавшуюся и тем, и другим. Впоследствии компания дала его имя модели кроссовок. И эти кроссовки доминировали в спорте, несмотря на то что много десятилетий оставались без изменений. Они изготавливались либо из белой, либо из черной парусины, имели резиновый носок, стальные люверсы и подошву из вулканизированной резины. Когда NBA была основана в 1949 году, став результатом объединения нескольких лиг-предшественниц, базовому дизайну баскетбольных кроссовок было уже 50 лет. Chuck были просто элементом баскетбольной униформы, таким же обязательным и таким же «будоражающим», как носки.

Но к моменту смерти Тейлора в 1969 году в спорте уже назревала революция, которая впоследствии выведет названные в его честь кроссовки из игры после долгих лет доминирования. Новоиспеченный немецкий спортивный бренд и ярый энтузиаст американского баскетбола решили, что вместе смогут изготовить более качественную баскетбольную обувь, и им удалось это доказать выпуском adidas Superstar. К тому времени и сама игра успела вырасти. Теперь, по прошествии более чем полувека, кроссовки стали главным средством самовыражения самых ярких индивидуалистов в командных видах спорта. Эта книга — попытка объяснить то, как (и почему) это произошло.

Позвольте немного опередить ваши вопросы: почему именно 15 кроссовок? И еще конкретнее — почему именно эти конкретные пятнадцать? Некоторые кроссовки были очевидным выбором (упомянутые Chuck Taylor или первые Air Jordan); другие, пожалуй, не настолько (adidas Top Ten или Nike Adapt BB). Нет сомнений, что у вас найдется парочка любимых моделей, которые не удостоились здесь даже упоминания, что было неизбежно, учитывая, как много кроссовок вышло на рынок только за последние 10–20 лет. Но в совокупности описанные на этих страницах 15 моделей рассказывают стройную историю. И если вы посмотрите на арку развития баскетбольной обуви и арку истории самого баскетбола, то увидите, что они имеют схожие — хотя и не идентичные — паттерны. Обе арки имеют форму колоколообразной кривой, когда за долгим периодом медленных изменений следует резкий всплеск, вызванный экспериментами, инновациями и попытками просто попробовать что-то новое, после чего все возвращается обратно к преоблада-

нию некоего общепринятого стиля. И хотя обе эти истории можно отследить отдельно друг от друга, лучше всего объединить их в единый нарратив.

За последние несколько лет в свет вышло достаточно много книг о кроссовках, не говоря уже о бесчисленных томах, написанных собственно о баскетболе. Каждая книга касалась тем, затронутых в других (а как иначе?). Но лично мне, выросшему в двух этих мирах одновременно, попросту недостаточно поверхностного обзора баскетбола в книге о кроссовках или поверхностного обзора кроссовок в книге о баскетболе. Разматывать клубок каждой из этих историй по отдельности, представляя их независимыми друг от друга, — просто несправедливо к каждой из них и ведет к упущению важнейших аспектов. Скажу больше: одна из них служит окном в другую.

Кроссовки укрепляли звездный статус, а потом даже помогали породить баскетбольных суперзвезд: от головокружительного успеха PUMA Clyde Волта Фрейзера, захвативших Нью-Йорк в 1970-е, до мирового успеха Air Jordan в 1980–90-е. Они сыграли огромную роль в продвижении лиг на рынках (NBA, WNBA и ABA) еще до того, как сами лиги поняли, как им нужно продвигать себя. Они пунктирной линией обозначают эволюцию баскетбола на площадке: от игры «больших мужчин в больших кроссовках», в которой доминировали тяжелые центровые, до спорта метких снайперов в легких низких кроссовках — снайперов, способных забросить мяч откуда угодно. И кроссовки давали игрокам новые средства самовыражения: от Ди Брауна в Reebok Pump до Шерил Свупс с ее собственной именной моделью Nike. Для личностей вроде Коби Брайанта, с одинаковой серьезностью относившихся и к своей игре, и к своим кроссовкам, то есть полностью погружавшихся в каждую деталь независимо от того, насколько мелкой она была, и выискивавших любое потенциальное преимущество, один аспект как бы усиливал другой.

Здесь я, пожалуй, закончу возвращением к теме магазина кроссовок, где 100 лет развития технологий и маркетинга в кроссовочной индустрии представлены, как на витрине. Лишь одно всегда напрягало меня (и я снова и снова поднимаю эту тему в общении с компаниями-производителями и друзьями в этой индустрии, которые уже явно подустали это слушать) — отсутствие контекста. Выпуск ретро-модели стал просто способом вернуть старый продукт на полки без попытки объяснить, что, зачем и почему происходит с кроссовками: как они вписываются в общую картину баскетбола или даже общую картину развития обуви. Можно было купить обувь, но так и не узнать всей истории целиком. Пришла пора кому-то ее рассказать.





## Глава I

# Рождение стиля: *Converse Chuck Taylor All Star*

**К**огда доктор Джеймс Нейсмит в 1891 году составил 13 правил новой спортивной игры в помещении, такого понятия, как «баскетбольная кроссовка», попросту не существовало. Никакой загадки про курицу и яйцо здесь решать не придется — спорт был совершенно новым, и в него предполагалось играть с тем, что уже было под рукой (и ногой). Нейсмит взял футбольный мяч и вывел своих игроков на деревянный паркет спортзала. По периметру спортзал опоясывала беговая дорожка, поднятая над полом, — нижний край образовавшегося балкона Нейсмит использовал, чтобы закрепить две корзины для переноски персиков. Как выяснилось, расположение их на высоте 10 футов оказалось идеальным попаданием.

Нейсмит прибегал к занятиям баскетболом для того, чтобы поддерживать энергию и тонус в своих подопечных во время холодных зим в Новой Англии, а не для того, чтобы продавать обувь, мячи или любое другое оборудование. Он был учителем, а не дизайнером или предпринимателем. Эти роли примерит на себя кто-то другой — и этих других, как выяснилось, оказалось очень много.



Converse Chuck Taylor All Star 1917



Adidas Superstar 1965



PUMA Clyde 1971



Adidas Top Ten 1979



Nike Air Force 1 1982



Nike Air Jordan 1985



Reebok Pump 1989



Nike Air Force Max 1993



Nike Air Swoopes 1995



Nike Air Jordan XI 1995



AND1 Tai Chi 2000



Nike Air Zoom Generation 2003



Nike Zoom Kobe IV 2009



Under Armour Curry One 2015



Nike Adapt BB 2019

## АРХИТЕКТОР

Будущее Маркуса Миллса Конверса тоже сформировали суровые зимы Новой Англии. Уроженец Нью-Гэмпшира, Конверс управлял другими обувными компаниями на северо-востоке, пока не решил основать собственную в возрасте 47 лет. Он учредил одноименную фирму в Молдене, штат Массачусетс (недалеко от Спрингфилда, места рождения баскетбола), в 1908 году, чтобы производить зимние ботинки. В 1912-м компания начала выпускать автомобильные шины под названием Triple Tread, которое украшало и обувь марки.

Первую баскетбольную кроссовку — Non-Skid — фирма Converse представила в 1917 году, чтобы и обеспечить обувь игроков стремительно набиравшего популярность спорта, и занять делом сотрудников фабрики. Non-Skid, переименованная в All Star в 1919 году, не являлась самой первой баскетбольной кроссовкой (на этот статус претендует продукция Colchester Rubber Co. из Коннектикута), но быстро стала стандартом для индустрии. Самые первые кроссовки производили компании, занимавшиеся выпуском резины: U. S. Rubber (ныне известная как Uniroyal) создала Keds в 1916 году, а V. F. Goodrich Co. выпустила PF Flyers в 1937-м. Keds стал первым брендом, закрепившим верх из парусины на резиновой подошве, что стало важной вехой в истории развития кроссовок и утвердило технологию их производства на следующие полвека; но фирма-производитель не спешила всерьез и надолго приходить в баскетбол — вплоть до выпуска модели PRO-Keds в 1949-м. К тому времени у Converse уже был солидный гандикап.

Ключевые аспекты модели Non-Skid можно разглядеть и в современных Chuck Taylor All Star. Важнейшие элементы, такие как нашивка на лодыжке, резиновая накладка на передней части подошвы и даже ромбовидный рисунок подошвы, покажутся знакомыми тем, кто носил ранние модели Converse для баскетбола. Что же до самого баскетбола как игры, то тут главной целью всегда было попасть мячом в корзину, как и завещал Нейсмит, — вот только в наши дни это происходит намного чаще. (А еще нет надобности извлекать мяч из корзины для персиков.)

В 1917 году игры представляли собой утомительные схватки с обилием физических контактов и минимумом попаданий, после каждого из которых мяч разыгрывался с центра площадки. Команды, вышедшие вперед в счете, натурально дрались, чтобы это лидерство удержать. Не было лимита времени на бросок, а до первого броска в прыжке оставалось еще



1



2

1. Converse Non-Skid, 1923 год.
2. Converse All Star, 1928 год.
3. Реклама PRO-Keds с Джорджем Майкеном.

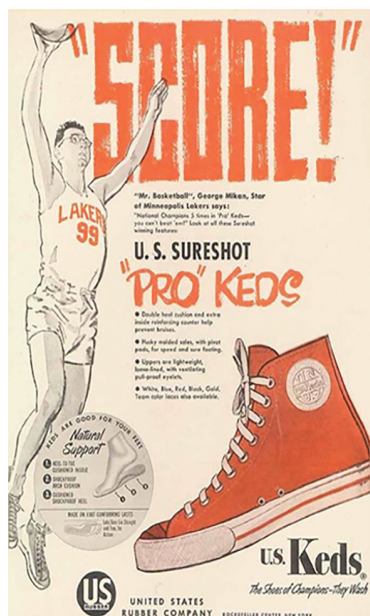
несколько десятилетий. На аренах, принимавших первые профессиональные соревнования, устанавливали сеточное ограждение, отделявшее зрителей от площадки, благодаря чему баскетболистов и по сей день иногда называют «клеточниками».

## PRO-Keds

U. S. Rubber выпустила кроссовки PRO-Keds в 1949 году (в том же году на свет родилась NBA), обув в них главную звезду баскетбола. Ею был Джордж Майкен, двухметровый центровой Minneapolis Lakers, который был лучшим снайпером Национальной баскетбольной лиги (NBL) в 1948-м, Баскетбольной ассоциации Америки (БАА) в 1949-м, а потом уже в NBA (объединившихся NBL и БАА) в 1950-м и 1951-м. В 1952-м Майкен провел игру с 61 очком и 36 подборами. Впоследствии U. S. Rubber экипировала и его партнеров по команде.

Lakers были первой профессиональной династией современного баскетбола. Миннеаполис выиграл чемпионство 1948-го в NBL, потом перепрыгнул в БАА и там завоевал еще один титул в 1949-м. Затем Lakers оформили чемпионство в дебютном сезоне NBA в 1950 году, проиграли будущим чемпионам Rochester Royals в 1951-м, после чего оформили первый три-пит в истории NBA (1952–1954). Игроки в мяч, может, и не узнали бы кроссовки, мелькавшие в рекламе, но определенно смогли бы идентифицировать очкарика Майкена.

PRO-Keds были все теми же хорошо знакомыми высокими парусиновыми кедами, но кое-что новое все же предлагали. Во-первых, цвета: черный, белый, синий, красный и золотой, — пока Converse по-прежнему продавала All Star только в черном и белом вариантах. Во-вторых, по бокам имелись брезентовые накладки, обеспечивающие дополнительную поддержку стопы; еще «двойная» амортизация в области пяток и рисунок подошвы «Caterpillar» с поворотной накладкой в передней части стопы. Но после завершения Майкеном карьеры PRO-Keds несколько утратили свою привлекательность. Впрочем, это не имело значения — вскоре они вернутся.



3

Новая игра Нейсмита быстро распространялась. Самые первые, недолго просуществовавшие профессиональные лиги были учреждены в канун XX века. Союз спортсменов-любителей (AAU), основанный в 1888 году, организовывал самые первые игры между колледжами. Нейсмит собственноручно запустил баскетбольную программу в Университете Канзаса. И вскоре спорт нашел своих адептов за океаном. Образование Международной федерации баскетбола (FIBA) в 1932 году закрепило конкуренцию в глобальном масштабе и напрямую привело к тому, что баскетбол дебютировал как официально признанный олимпийский спорт (только для мужчин) на Олимпийских играх в Берлине в 1936 году. (Соединенные Штаты завоевали золото, побе-

див Канаду 19:8 в игре на грязи под открытым небом. Нейсмит, которому тогда было 74 года, вручал золотые медали.)

По всему Среднему Западу компании, занимавшиеся производством резины, такие как Firestone и Goodyear, набирали полупрофессиональные команды, а танцевальные залы, такие как Renaissance в Нью-Йорке и Savoy в Чикаго, становились базами для команд, которые в будущем добьются сначала регионального, а затем и национального доминирования. Команда Savoy, которую продвигал предприниматель по имени Эйб Саперстайн, впоследствии станет Harlem Globetrotters («Гарлемские путешественники»), которая будет соперничать с лучшими белыми командами (и побеждать их). На самом деле, Globetrotters никогда не базировались в Гарлеме, но все же отчасти оправдывали свое название, так как разъезжали по миру, распространяя учение о мяче и корзине. На заре баскетбола эти путешествующие игроки сыграют ключевую роль.

## ПРОДАВЕЦ

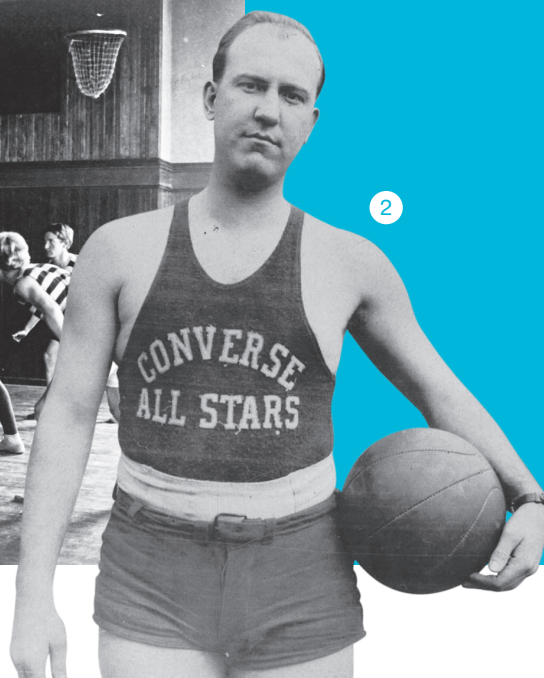
В 1921 году чикагский офис Converse нанял 20-летнего баскетболиста-полупрофессионала из Индианы по имени Чак Тейлор в качестве регионального менеджера по продажам. В следующем году он провел свой первый баскетбольный мастер-класс в Университете штата Северная Каролина. В резюме Тейлора были указаны не подтвержденные документально периоды пребывания в составе таких легендарных профессиональных команд, как Original Celtics и Buffalo Germans, но его таланты и как игрока, так и продавца были вполне реальны. Ведь первый товар любого начинающего продавца — это всегда он сам. «Он был шоуменом, — говорит биограф Тейлора Эйб Аамидор. — Не то чтобы он лгал, это было просто частью представления. Важно здесь то, что он, возможно, был первым, кто понял, что человек тоже может быть брендом».

Имя Тейлора стало настолько прочно ассоциироваться с Converse, что в 1934-м его имя было добавлено к нашивке All Star на лодыжке кроссовок. All Star вскоре начнут называть просто Chuck Taylor. Человеку было едва за тридцать, а он уже стал нарицательным именем кроссовок.

1



2



Однако признание не сопровождалось денежным дождем: Чак никогда не получал никаких премий или роялти. Зато использовал безлимитный счет для расходов на полную катушку. Разъезжая по стране на все более солидных машинах и останавливаясь в хороших отелях, Тейлор проводил мастер-классы, которые не только расширяли аудиторию игры, но и делали продажи обуви. Чем больше людей приходило к баскетболу, тем сильнее они увлекались Converse, и со временем одно стало буквально неотделимым от другого.

С 1920-х по 1950-е годы Тейлор совершал ежегодно больше 100 остановок в колледжах и старших школах страны. В новостях его называли «одним из лучших в стране преподавателей основ баскетбола» (Charlotte News) и даже, изрядно преувеличив в этой гиперболе, «одним из величайших исполнителей на паркете из известных человечеству» (Montgomery Advertiser). «Все в репертуаре Тейлора фундаментально, — писало издание Chattanooga News

в 1935-м. — Его техника зиждется на профессиональной идее упрощения тактики баскета до уровня класса средней школы».

Тренеры, присутствовавшие на его популярных семинарах, казалось, сходились во мнении: «Тейлору не составляет труда удерживать внимание аудитории», — говорил Х. С. Морган, директор городского

## Человеку было едва за тридцать, а он уже стал нарицательным именем кроссовок.

спорта Милуоки; «После его демонстраций люди в аудитории не отпускали его с площадки добрых 45 минут, забрасывая разными вопросами», — писала Quad-City Times. Его мастер-классы были бесплатными и, как правило, предполагали схватку друг с другом двух команд (за одну из них играл сам Тейлор), благодаря чему на них было гарантированно присутствие как минимум двух составов местных игроков. Вторил этим событиям Converse Basketball Yearbook, который Converse выпускала с 1922 года, — это была ежегодная публикация о лучших баскетбольных командах страны. И разумеется, все эти команды носили Converse.

Тейлор, непревзойденный торговец и энтузиаст, продавал далеко не только кроссовки; он продавал и собственную модель баскетбольного мяча и наколенники под брендом Wilson. Но некоторые его идеи были не столь удачными. Одной из таких инноваций стала утяжеленная



3

1. Старшеклассники разыгрывают мяч с центра после попадания (редкого) в корзину в 1899 году
2. Чак Тейлор, человек
3. Ранние рекламы All Star вроде этой прямоком из 1947 года обращались к баскетболистам
4. Низкий силуэт All Star дебютировал лишь в 1950-е.

