

ДЖИНСОВАЯ МОДА – ОТ РАБОЧЕЙ ОДЕЖДЫ ДОСОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ

Шабельникова М.Н., магистр,
Украинская инженерно-педагогическая академия
Мироненко В.П., доктор архитектуры, профессор,
Харьковский государственный технический
университет строительства и архитектуры

Аннотация. В данной статье представлены исторические факты возникновения джинсовой одежды. Основное внимание уделяется возникновению и развитию джинсовой моды.

Ключевые слова: джинсовая одежда, джинсы, деним, джинсовая мода.

Анотація. Шабельнікова М.Н., Мироненко В.П. Джинсова мода – від робочого одягу до сучасних тенденцій. В даній статті представлені історичні факти виникнення джинсового одягу. Основна увага приділяється виникненню та розвитку джинсової моди.

Ключові слова: джинсовий одяг, джинси, деним, джинсова мода.

Annotation. Shabelnicova M.N., Mironenko V.P. **Jean fashion - from a working wear to the modern tendencies.** The article presents historical facts about the origin of denim clothing. The main emphasis is on the origin and development of jeans fashion.

Key words: Jeanswear, jeans, denim, fusion jeans.

Постановка проблемы. Джинсовая одежда – самый популярный модный вид одежды среди людей разного возраста, пола, интересов, вкусов и общественного положения. Ей одинаково отдают предпочтение во всем мире мужчины и женщины, дети и пожилые люди, бродяги и миллионеры. Мода на джинсы неисчерпаема и никогда не исчезнет. Однако не все знают об истории возникновения джинсов: о возникновении ткани деним и первоначальном назначении одежды из этой ткани. Ведь изначально джинсы изготавливались в качестве рабочей одежды, которая долго не подвергалась износу, отличалась прочностью и практичностью. Для научного исследования представляет интерес то, что на протяжении многих десятков лет рабочая одежда смогла перерасти в самую актуальную одежду среди большинства людей в мире.

Работа выполнена в соответствии с планом научно-исследовательской работы кафедры технологии легкой промышленности Украинской инженерно-педагогической академии.

Связь работы с научными программами. Исследование проведено в рамках научно-исследовательских разработок, которые реализуются в соответствии с Постановлением Кабинета Министров Украины от 20 января 1997 года №37 Ю первоочередных мероприятиях относительно развития национальной системы дизайна и эргономики и внедрение их достижений в промышленном комплексе, объектах жилой, производственной и социально-культурной сфері.

Целью исследования является рассмотрение и проведение анализа истории возникновения джинсовой одежды, а также истории формирования и развития джинсовой моды.

Результаты исследований. Вряд ли кто станет спорить, что сегодня джинсовая одежда является не только популярной, но и модной для всех возрастов. Но мало кто знает, что история развития столь массовой одежды начала развиваться более 150 лет назад и лишь недавно завоевала признание во всех слоях общества.

В январе 1848 года в Калифорнии началась «золотая лихорадка». Вблизи лесопилки Джона Саттера на реке Американ-Ривер было обнаружено золото. Как только новость об обнаружении распространилась, около 300 тысяч человек прибыли в Калифорнию из других штатов США и из-за рубежа. Леви Страусс, эмигрант из Баварии, обосновался в Калифорнии и открыл мастерскую по пошиву штанов для горняков и золотоискателей. В 1853 году его фабрика стала производить комбинезоны из коричневой ткани, предназначенной для тентов и палаток. Ткань доставляли из итальянского города Генуя, поэтому на тюках красовался штамп Genes. Однако американцы прочитали это название на свой манер, и уже тогда эту ткань, мало похожую на современную джинсовую, назвали “джинс”. Внезапно закончившиеся запасы палаточного брезента были пополнены плотной синей саржей, произведенной во французском городе Ним. De Nimes означает “из Нима”:

так родилось название синей джинсовой ткани “деним” (denim). Однако новая ткань не выдерживала тяжести золотых самородков и горняцких инструментов. Портной из Риги Джэкоб Дэвидс, по совету одного калифорнийского старателя, укрепил карманные швы металлическими заклепками, чтобы карманы не рвались. Так в 1873 году и появились на свет оригинальные проклепанные джинсы – штаны из крепкой ткани и с металлическими заклепками. В том же году на задних карманах джинсов появилась отделочная строчка оранжевого цвета.

Не смотря на окончание «золотой лихорадки», производство джинсов не прекращалось, т. к. предпочтение им отдавали фермеры, ковбои и другие представители американского рабочего класса. Швейная фабрика Леви Страуса процветала. Глава фирмы Lee придумал знаменитый лейбл: две подгоняемые фермерами лошади напрасно пытаются разорвать джинсы, к которым они привязаны. Однако в конце 1880-х годов у Lee появился опасный конкурент из штата Канзас – фирма “Ли де Мариам”, а в 1904 году – “Блю Белл” из Северной Каролины, основанная Джоном Хадсоном. 43 года спустя он разработал хит джинсового рынка “Ранглер” (Wrangler – “ковбой”). Не смотря ни на что, первооткрыватель Леви Страус свои зрелые годы встретил миллионером, филантропом и почетным гражданином Сан-Франциско. Умер он 1902 году, а компания досталась его способному племяннику Джекобу Стерну, который продолжил путь неуклонного процветания. В конце 1920-х годов произошел новый взлет компании – 5-тикарманные джинсы Levi’s “501”. Годовой оборот фирмы достиг 4 миллиардов долларов.

К 30-м годам XX века брюки из денима и джинсы стали символом Америки. К началу 40-х деним стал мелькать в голливудских фильмах. Однако в Европу джинсы попали вместе с американскими солдатами. Джинсовые брюки поставлялись для американской армии, солдаты носили их в свободное время в Париже и других освобожденных европейских городах. В 50-е джинсы становятся популярными среди американской молодежи. В 1955 году актриса Мэрилин Монро снялась в джинсах Levi’s в фильме “Misfits” и сделала до тех пор исключительно мужские брюки одеждой “унисекс” – для обоих полов.

В 70-х джинсы превратились в модную молодежную одежду. Новое движение “хиппи” придало им статус культовых. Отвечая моде того времени на цветы, джинсовые вещи также стали покрываться вышитыми цветочными мотивами. Стали популярны и расширенные книзу брючины или “клевш”. В странах Восточного блока их было очень трудно достать, так как они считались символом “западного упадка”.

В 80-х джинсы пережили еще одну трансформацию. Увлечение дизайнеров одежды чрезмерным украшательством и блестящими тканями (именно в этот период взошла звезда Джанни Версаче) повлияло и на джинсовую моду: комбинезоны и брюки отделывались декоративными клепами разной формы, пайетками, блестящей тесьмой, вышивкой бисером.

Дизайнеры дорогой модной одежды стали выпускать свои собственные линии джинс. Одним из первых это сделал американский дизайнер Калвин Клайн, за ним последовали Версаче, Джанфранко Ферре, Пол Смит, Джорджио Армани. Продажи джинсовой одежды постоянно росли.

Со временем джинсы перебрались в Европу, а во времена Перестройки они появились и в СССР. Советская молодежь с трудом, но весьма настойчиво завоевала право носить “буржуазную” одежду, которую в то время было невозможно достать, а те редкие счастливики, которые привозили джинсы из-за границы, пользовались славой удачливых модников. Если на Западе джинсы изначально были символом бунтарства, крушения устоев и нарушения условностей, то в СССР – символом достатка, принадлежности к некоей элите.

К началу 90-х джинсы несколько “состарились”: подростки не хотели носить такие же вещи из денима, что и их родители, поэтому постепенно переключились на полувоенные “хаки”, рабочие и полуспортивные брюки. Традиционные 5-карманные джинсы как, например, Levi’s 501, перестали удовлетворять потребностям молодой, а значит самой неконсервативной части покупателей. Чтобы им понравиться, джинсовые вещи должны были теперь выглядеть иначе, быть скроены и отделаны по-новому, или же переделаны из старой джинсовой одежды. Поначалу все увлекались “отбеленными” брюками (stone-washed первым сделал Франсуа Жирбо), затем появился стиль “винтаж” – когда из мамино гардероба доставались джинсы чуть не 20-летней давности или покупались в магазинах “сэконд-хэнд”, маленьких неизвестных бутиках и на блошиных рынках. У главного производителя джинсовой одежды – Levi’s – начались проблемы: спрос упал, одна за другой стали закрываться фабрики.

В новом веке джинсовая одежда больше не считается культовой. Она скорее все более доступна благодаря глобализации и огромному количеству дешевой джинсовой продукции, поступающей из Китая или Турции. Теперь из денима (который, кстати, также пережил большую трансформацию в плане используемых материалов для его изготовления) шьют не только всевозможную одежду любых фасонов, но и аксессуары: сапоги, сумки, рюкзаки. мода постоянно диктует джинсам новые цвета: от ярко-белых и нежно-голубых (вареных) до зеленых и сине-черных. При этом модели одежды допускают полное разнообразие.

Дизайнеры высокого полета также не смогли обойти джинсы стороной. И хотя долгое время штаны из джинсовой ткани считались уделом лишь среднего класса, сейчас все лучшие дизайнеры непременно выпускают коллекции модной джинсовой одежды. Так, спустя полтора века, даже самым богатым звездам и знаменитостям пришлось признать, что джинсы – это действительно удобно, а иногда и красиво.

Выводы. Джинсы, которые раньше пользовались успехом лишь у рабочего класса, сегодня пользуются успехом у каждого человека. Леви Страусс смог продолжить производство джинсов после “золотой лихорадки”,

делая их более привлекательными, внося новые функциональные и декоративные элементы. Компания Levi's стала не только самой известной, но и самой успешной.

Со временем джинсовая одежда стала культовой, молодежное движение “хиппи” дало ей такой статус. В джинсах можно было увидеть актеров в фильмах. Актриса Мэрилин Монро сделала мужские брюки доступными для женщин, введя стиль “унисекс” – для обоих полов. Не смотря на то, что в СССР джинсы пришли только во время Перестройки, они сумели завоевать молодежь. Как только не приходилось людям доставать эту модную часть гардероба. Те, кто носили фирменные джинсы, в глазах окружающих приобретали статус модника или модницы.

Сегодня джинсы все так же актуальны. Благодаря дизайнерам одежды они подверглись множеству изменений: расширился ассортимент моделей и используемых тканей, отделки, отделочных материалов, фурнитуры, цветовая гамма стала более разнообразной, усовершенствовалась технология пошива джинсов. Известный Кутюрье Ив Сен-Лоран сказал: “Я жалею лишь о том, что не я изобрел голубые джинсы. Они изумительно выглядят, практичны, удобны и повседневны. Они выразительны и сдержаны, в них – зов пола и простота, словом, все, что бы мне хотелось иметь в одежде, которую я придумываю”.

Дальнейшие исследования будут посвящены изучению проблем развития производства джинсовой одежды: изучению самых известных фирм, а также коллекций джинсовой одежды известных дизайнеров.

Литература:

1. Ганулич А. Denim, или Все о джинсах. – М.: В зеркале, 2007. – 168 с.
2. Акико Фукай. История моды с XVIII по XX вв.: Коллекция Института костюма Киото (пер. Борис Л. А.). – М.: Арт-Родник, 2003. – 736 с.
3. Ермилова Д. Ю. История домов моды. – М.: Академия, 2004.
4. Нерсесов Я. Н. Они определяли моду. – М.: Астрель, 2006.
5. О. Крапивко. Джинсы. Серия: Покупай с умом. – М.: Сова, АСТ, 2007. – 96 с.
6. Балдано И. Ц. Мода XX века: Энциклопедия. М.: «ОЛМА-ПРЕСС», 2002.
7. Мода и стиль: Современная энциклопедия. – М.: “Аванта+”, 2006.

Надійшла до редакції 4.04.2008