

Юрченко Т. В., гр. ДТ-ПОД15

ФУТБОЛКА – НЕЗМІННИЙ ЕЛЕМЕНТ ГАРДЕРОБУ СУЧАСНОЇ ЖІНКИ

Мода завжди дивує новими формами та конструкціями, але є речі, які залишаються незмінними та базовими у гардеробі кожної людини. Повсякденний одяг має бути простим, універсальним, зручним у носінні та догляді. Однією з таких речей вже багато десятиліть залишається футболка.

Мабуть, немає такої людини, в гардеробі якої не було б хоча б однієї футболки. Футболки – найбільш поширений вид одягу, що має не велику вартість та підходить всім людям без винятку, незалежно від статі та віку. Футболка дійсно виникла від звичайної спідньої сорочки із довгим рукавом. Первісно футболки також являли собою вид спідньої білизни, що вдягали під основним одягом, але в наші дні існує два види футболок: верхні в наші дні носяться непокритими, а нижні продовжують залишатись спідньої білизною.

Міграція футболки із нижньої білизни у верхню відбулась у 1920-х роках та спричинила справжню модну лихоманку у 50-х роках. Трикотажні бавовняні футболки завоювали серця людей робітничого класу, фермерів, молоді та спортсменів через їх легкість, зручність, дешевизну та гарну посадку на фігурі. Голлівудські актори та співаки також зробили футболку своїм елементом гардеробу, що сприяло популяризації футболок серед інших людей. Так, наприклад, американський актор Марлон Брандо у кінострічці «Трамвай «Бажання»» 1951 року показався у білій футболці, що вдало обтягувала його спортивну фігуру. З того часу футболка почала символізувати дух свободи, протесту, бунтарства.

Актуальність дослідження пояснюється незмінною популярністю на даний вид одягу. З того часу і по сьогоднішній день діє величезна модна інфраструктура по виробництву футболок та друку на них. Уже перевірено часом, що мода на футболки буде залишатись актуальною ще не одне десятиліття. Жіночі демісезонні футболки мають більше варіантів зміни конструкції, оздоблення та кольорового рішення, ніж чоловічі, а також жіночий одяг більше залежить від зміни модних тенденцій, тому саме вони і стали об'єктом дослідження. Така велика впевненість у попиті цієї продукції серед покупців, звісно, породжує і дуже тісну конкуренцію на ринку. Майже всі світові бренди одягу включають у свої колекції футболки. Обсяги виробництва зосереджені, основним чином, у Китаї, де собівартість їх виготовлення є мінімальною. Виготовлення футболок прагнуть автоматизувати, спростити, але важливо при цьому залишити в них те, за що їх так люблять люди: зручність, привабливість, гігроскопічність, зносостійкість, привабливий зовнішній вигляд, можливість виділитися з поміж інших за допомогою цікавого принту.

В цих умовах і формується основна задача дизайнера одягу та безпосередньо виробника: виготовити та представити на ринку України привабливий для споживача якісний конкурентоспроможний товар із низькою собівартістю. Україна може представити себе як достойного виробника якісного товару легкої промисловості. Тут собівартість виготовлення продукції буде не набагато вищою, ніж у Китаї, а якість може бути на багато разів кращою. Підготовка кваліфікованих фахівців сфери легкої промисловості створює потужне підґрунтя для формування

сильного конкурентоспроможного ринку футболок та можливості виходу на світовий рівень. Для дизайнера-модельєра одягу мета розробки колекції жіночих футболок може бути багатозначною та закладатись у різних модифікаціях. У багатьох випадках, сама конструкція зазнає лише незначних змін під впливом модних тенденцій: змінюється довжина рукава, лінія низу та виріз горловини. А основною задачею стає робота над декоративним оздобленням, зокрема, розробкою принтів. Із появою високотехнологічного обладнання для якісної печаті на тканині та одночасним бурхливим розвитком графічних комп'ютерних технологій, принти на футболках здобули фотографічну точність зображення. Це дає дизайнеру дуже багато творчого простору, а споживачам здатність до самовираження і «бунту» за допомогою одягу. Саме тому робота над розробкою колекції футболок із принтами є дуже актуальною.

Футболки займають постійне місце в житті людей будь-якого віку та статі. Зокрема, жіночі повсякденні футболки є в гардеробі будь-якої жінки, незалежно від професії, віку та особистих інтересів. Це позасезонний або демісезонний одяг, що може бути за призначенням парадним, вихідним, повсякденним, робочим, домашнім. Можна сформулювати загальний портрет типового споживача жіночих повсякденних трикотажних футболок. Це будуть жінки двох вікових груп: молодшої та середньої. Вони активні, вільні робити те, що думають, практичні та раціональні, віддають перевагу одягу з натуральних волокон. Крім цього необхідно виділити кілька найбільш пріоритетних категорій споживачів: модниці, що регулярно оновлюють гардероб згідно модним трендам; патріоти та представники молодіжних субкультур, що прагнуть до самовираження через принти на футболках.

Проаналізувавши модні тенденції, можна визначити, що найбільш актуальною на найближчий час буде залишатись класична футболка прямого силуету та оверсайз за розміром, із яскравими принтами, що привертають увагу. Така футболка може бути пошитою із бавовняного трикотажного матеріалу, бо він є класичним, не дорогим та зручним у догляді. Кольорове рішення футболки може бути представлене у звичних білому, чорному кольорах, або модних нюдових та свіжих рожевих відтінках. Така об'ємна футболка має носитись «на випуск», або бути заправленою спереду у джинси, спідницю, таким чином створюючи асиметрію та підкреслюючи талію.

В історії футболок можна прослідити стрімкий ріст популярності локальних принтів, що почав набирати оберти вже від самої їх появи. На сьогоднішній день принтовані футболки залишаються незамінним атрибутом самовираження молодих людей. Особливий ажіотаж до них так само спостерігається серед вуличної моди, спортсменів та субкультур. Але все ж таки, можна точно зазначити, що мода на такі футболки поширена. Принт зробить будь-який одяг ексклюзивним та дозволить втілити в життя будь-які найсміливіші ідеї. А гасла та зображення на футболках дають зрозуміти оточуючим, що за людина перед ними, чим вона живе та цікавиться.

Таким чином, можна зробити висновок, що футболки багато років залишаються модним та актуальним асортиментом одягу. Це підкреслює той факт, що тему дослідження було обрано вірно, а розробка колекції жіночих футболок із принтами є актуальною у сучасному модному напрямку.

Робота виконана під керівництвом доц. каф. ТіД – Нечіпор С.В.