

УДК67.05:687.01

Володимир ТИМЕНКО

Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва і дизайну імені Михайла Бойчука, Україна

## ДИЗАЙН СУЧАСНОГО СПОРТИВНОГО ОДЯГУ ДЛЯ ФУТБОЛУ

***Мета.** Охарактеризувати переваги та недоліки дизайну сучасного спортивного одягу для футболу, вплив зарубіжного досвіду на дизайн спортивного одягу футболістів.*

***Ключові слова:** дизайн футбольної форми, футбольна індустрія, етнічний стиль.*

**Постановка завдання.** Спортивний стиль одягу або його елементи призначені для повсякденного використання. Яскравість, функціональність і комфорт – це характерні ознаки дизайну спортивного стилю. Стилiзація увиразнюється додаванням кишень, клапанів, погонів, хлястиків тощо. Проте дизайн футбольного одягу і його екіпіровки є окремих напрямом у спортивній індустрії.

Сучасна футбольна індустрія має попит на привабливий спортивний одяг, у якому гармонійнується унікальний дизайн, історія футбольних клубів і міста їх функціонування, культура вболівальників. Унікальність спортивного одягу футболістів забезпечується дизайном. Зокрема, дизайн футбольної форми, її колір і оздоблення є демонстрацією корпоративної візуальної ідентичності команди, а також гендерних особливостей жіночого футболу. Проте досі у вітчизняній футбольній індустрії недостатня увага звертається як на екіпіровку спортивної форми жінок-футболісток, так і на етнічний стиль екіпірування чоловічої футбольної форми у різних історико-етнографічних регіонах України, на врахування геральдики і прапорництва місцевих територіальних громад.

**Методи досліджень.** Теоретичний аналіз й узагальнення інформації про дизайн спортивного одягу, зарубіжних матеріалів мережі Інтернет; ретроспективний метод становлення вітчизняного футболу; культурологічний метод, метод маркетингу.

**Результати досліджень.** Поняття «спортивної моди» є дуже широким і включає в якості потенційних об'єктів дослідження безліч костюмних комплексів, що відрізняються за своїм призначенням та умовами побутування. Кожен костюм, пов'язаний зі спортом, має свою специфіку, і далеко не завжди історія цих видів костюма розвивається однаково. Найпотужніші виробники спортивного одягу на світовому ринку такі: «Nike» (марки Umbro, Cole Haan і Converse), «Adidas»

(німецька промислова компанія), «Карра» (італійська компанія з вироблення спортивного одягу та екіпіровки), «Lotto» (італійська компанія, що випускає всі існуючі спортивні товари), «Umbro» (британський виробник і постачальник спортивної амуніції Англійської прем'єр-ліги), «Puma» (німецька компанія з виробництва спортивного одягу), «Reebok» (компанія з виробництва спортивних аксесуарів та одягу), «Fila» (виробник спортивного одягу в Південній Кореї), «New Balance» (компанія, що застосовує спеціальну конструкцію опорної системи для спортивного взуття з інноваційним супінатором).

В основу формування асортименту провідних зарубіжних виробників покладено комплекс споживчих властивостей товару, на які впливають сировинний склад вихідних матеріалів і конструктивні особливості самих виробів [1].

Аналогічного напрямку у дизайні і виготовленні спортивного одягу в Україні досі не спостерігається. Більшість спортивних товарів є імпортованими з інших країн. А структура імпорту, в свою чергу, визначає цінову сегментацію на ринку одягу. Варто імплементувати зарубіжний досвід футбольної креативної індустрії. Українські спортивні товари за кордоном майже не представлені, лише поодинокі українські виробники вийшли на глобальний ринок. В Україні не створено сприятливих умов для іноземного інвестування у національні бренди спортивного одягу, тому всі вони на 100 % є результатом капіталовкладень українських бізнесменів.

*Прогноз щодо розвитку ринку спортивного одягу України.* Досить імовірна поява нових магазинів різного формату: від великих мультибрендових супермаркетів до локальних монобрендових фірмових магазинів. Крім того при подальшому розвитку конкуренції, швидше за все, будуть затребувані стокові магазини, а при погіршенні рівня життя населення – магазини «секонд-хенд». Проте існує низка проблем розвитку ринку спортивного одягу в Україні, зокрема: перепоповнення внутрішнього ринку нелегальним імпортом; відсутність сприятливих умов для закупівлі вітчизняними підприємствами високоякісного обладнання, яке не виробляється в Україні; значний вплив фактору моди на вподобання споживачів; низький рівень інвестицій у легку промисловість України з боку іноземних інвесторів і держави.

З огляду на інтерес світової громадськості до України, її національної культури, історії варто застосувати «етнічні коди» у футбольному одязі місцевих територіальних громад та історико-етнографічних територій.

Урахування геральдики і прапорництва місцевих територіальних громад у проєктуванні футбольних форм команд – це пріоритетний

напряг досліджень у розвитку сучасної футбольної індустрії. Емблеми футбольних клубів покликані продемонструвати зв'язок із рідним містом, його силу та історичне коріння. Загальна методика сучасного герботворення розроблена на виконання Указу Президента України «Про впорядкування геральдичної справи в Україні» № 694/2000 від 18 травня 2000 р. «Для досягнення повноцінності герба при створенні нових знаків велике значення має використання сюжетів легенд, пов'язаних із розвитком території чи виникненням населеного пункту, розкриття змісту назви поселення, відображення якихось специфічних місцевих особливостей, котрі підкреслюватимуть у гербі індивідуальність конкретного гербоносця та не втраять свого значення протягом тривалого часу (територіальні та географічні особливості, візерунки вишивок тощо)» [2].

У формах футболістів і футбольчинь важливо зберегти історичні культурні традиції українського футболу. Так, у 1937-1939 рр. спершу в Перемишлі, а згодом у Львові періодично видавався український спортивний часопис «Змаг». За матеріалами цього унікального часопису журналіст Д. Мандзюк видав книгу «Копаний м'яч. Коротка історія українського футболу в Галичині 1909–1944» [3]. Українці, на відміну від представників інших етносів, грали у вишиванках. Футбол тоді називали «копанам м'ячем», команди – «дружинами», гравців – «грачами». «Копаний м'яч» спершу нагадувала суміш регбі й футболу. Чемпіонати мали назву – «мистецтво», а переможець чемпіонату називався не інакше як мистцем.

**Висновок.** Отже, футбольна форма має втілювати і спорт, і мистецтво, і культурно-мистецькі цінності народу. Сьогодні є потреба у кваліфікованих художниках-дизайнерах і модельєрах, здатних втілювати як естетичні, функціональні та етнічні інновації у дизайн сучасного спортивного одягу для футболу.

### Література

1. Беднарчук М. Проблеми формування асортименту спортивного взуття та одягу / М. Беднарчук, Б. Семак // Товари і ринки, 2018.– №1.– С. 36.
2. Методичні рекомендації з питань геральдики і прапорництва міст, селищ, сіл і громад [Електронний ресурс]: <https://berezdivska-gromada.gov.ua/metodichni-rekomendacii-z-pitan-geraldiki-i-prapornictva-mist-selisch-sil-i-teritorialnih-gromad-13-57-21-17-02-2017/>
3. Небесна І. Як на Галичині з'явився футбол: копаний м'яч, дружини та мистецтво [Електронний ресурс]: Культурний відпочинок. Режим доступу: <https://te.20minut.ua/Kult-podii/yak-na-galichini-z-yavivsya-futbol-kopaniy-myach-druzhini-ta-mistetstvo-10591854.html>.