

ГБПОУ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ЛИЦЕЙ № 4

ОДОБРЕНО

на заседании методической
комиссии.

Протокол № _____

от « _____ » _____ 2014г.

Председатель метод.комиссии

УТВЕРЖДАЮ

Зам.директора по УПР

_____ З.С.Кесаева

« _____ » _____ 2014г.

Д О К Л А Д

На тему: «**И**СТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕ-
НИЯ **Д**ЖИНСОВ».

Автор: старший мастер ПЛ № 4

Тимошенко О.В.

Рекомендовано к использованию при изучении МДК и на уроках учебной практики в рамках ППКРС по профессии 262019.02 Закройщик ФГОС с целью развития профессионального кругозора обучающихся, привития эстетического вкуса, побуждения к творческой деятельности.

г.Владикавказ, 2014г.

История возникновения джинсов.

С этим словом, вроде бы, все просто—так называли особо прочные штаны для американских ковбоев. Вот только знаете ли вы, что у этого слова в русском как бы два множественных числа: заимствованное из английского jeans уже имеет множественное число, о чем свидетельствует окончание "s". Но нам этого показалось мало: к английскому множественному мы добавили и свой показатель множественного числа—"ы".



Многих мучает вопрос: когда и как появились эти покоровшие весь мир пятикарманные штаны?

Начало джинсовой эры человечества можно датировать 1829 годом, когда в баварском городке Баттенхейм, в семье ортодоксальных иудеев Штрауссов родился сын, которого назвали Леви. Был ли Штраусс-папа портным, история умалчивает, однако где-то же научился его сынок мастерству кройки и шитья! Возможно, он овладел этим искусством уже в Америке, куда отправился в 18-летнем возрасте ловить удачу. И где его стали называть на американский манер Ливаем Страуссом.

Поначалу его приютили двоюродные братья, владевшие небольшой галантерейной лавкой в Нью Йорке. А затем, когда наступили шальные времена золотой лихорадки, Ливай вместе с тысячами искателей приключений махнул в Неваду. Он прибыл туда в 1850 году (за год до того там обнаружили большие запасы золота) и, хотя сам золотишка не намыл ни грамма, свою жилу все-таки открыл.

Правда, эта жила была не старательская, а коммерческая. Один из братьев, Дэвид Стерн, снабдил Ливая несколькими тюками бурого корабельного брезента, который молодой предприниматель надеялся выгодно загнать старателям на палатки. Однако, прибыв на место, сообразительный паренек нашел брезенту лучшее применение.

Самым слабым местом золотоискателей были... обыкновенные штаны. Часы, проведенные старателями на коленях в сухом горячем песчанике или по колено в воде, укорачивали жизнь этой необходимой части мужского туалета в несколько раз. А покупать все время новые (до синтетики был еще почти век, и мужские брюки шили из дорогой чистой шерсти) - никакого золота не хватит. И Ливаю Страуссу пришла в голову мысль, обессмертившая его имя, а почему бы не начать шить из брезента брюки и куртки?

Первые брезентовые штаны он скроил и сшил в том же 1850 году, после чего сообщил о своей гениальной идее брату. Дэвид Стерн мгновенно оценил деловую хватку младшенького и не медля открыл в Сан-Франциско магазинчик и портняжную мастерскую по производству рабочей спецодежды из брезента. Еще спустя год, в 1851-м, фирма получила название, с успехом пережившее полтора века, - Levi Strauss & Co.

Известно, что впервые брюки с фирменным именем Levi's поступили в продажу

в самом начале 1853 года. И скоро крошечная каморка в одном из невадских старательских поселков, служившая офисом младшему партнеру фирмы, буквально ломилась от заказов: среди золотоискателей быстро разлетелась весть о сверхпрочных рабочих штанах "от Ливая".

Тем не менее запатентовать свою брезентовую одежду Ливаю Страуссу удалось только спустя два десятилетия. Хотя джинсовой ее тогда никто не называл, просто говорили - из денима. В США и сегодня брюки называют jeans, а материю, из которых они сделаны, - denim.

Происхождение слова «джинс» туманно. По одной версии, Ливай Страусс быстро отказался от невзрачной бурой парусины в пользу эффектной темно-синей (в этот цвет ткань окрашивали с помощью естественного красителя индиго), приходившей из Франции и называвшейся Serge de Nimes. Это могло означать как имя поставщика - Серж из города Нима, так и материал - саржу - оттуда же, благо оба слова пишутся одинаково. Таким образом, парусину заменила хлопчатобумажная саржа, появившаяся впервые где-то в 300-м году н. э. в городе Ним, во Франции. Саржа из Нима, или de Nimes - деним, так ее стали называть через 1500 лет после появления. Саржа не была дешевой, но все равно пользовалась большим спросом из-за своей практичности.

Что до более популярного во всем мире слова jeans, то оно перекочевало в Штаты еще более кружным путем. Те же французы называли продукцию давнишних конкурентов-портных из итальянской Генуи (Genova) словом genes - отсюда и привычные "джинсы".

Шли годы, и ливайсовские изделия прирастали привычными нам сегодня деталями. *Джинсы* пользовались огромной популярностью во всей Америке. Но к 1860 году спрос на продукцию братьев Леви резко упал. Выяснилось, что под тяжестью самородков, которые золотоискатели хранили поближе к телу, карманы довольно быстро изнашивались и рвались. Нужно было срочно придумать способ укрепить карманы. Но получилось так, что Леви немного опоздал: некий портной, приехавший из Прибалтики



в Неваду, уже придумал способ укрепления карманов при помощи заклепок от конской сбруи. Звали этого предприимчивого портного Якоб Дэвис, и он был настолько беден, что даже не смог запатентовать свое изобретение, поэтому он предложил Леви Страуссу запатентовать это изобретение вдвоем. Так Леви и Якоб стали совместными обладателями патента на заклепки и партнерами.

В 1860-м появились фирменные медные заклепки и двойная прострочка карманов яркой желтой ниткой - в виде арки, символизирующей орлиные крылья. Спустя три года к ним прибавился знаменитый кожаный прямоугольник на поясе с

изображением двух лошадей, безуспешно пытавшихся разорвать джинсы Ливая. И, наконец, лексикон человечества обогатился культовым названием "Модель 501". Никакого тайного смысла это число не несло - обыкновенный инвентарный номер, присвоенный в 1890 году конкретному виду сверхпрочной материи, из коей в то время шили джинсы.

В 1922 году их впервые стали выпускать с широкими петлями для ремня (до этого они кроились строго по талии, так что необходимости в ремне не было). А спустя 14 лет джинсы Levi's обрели еще очередную отличительную деталь: красный лейбл с названием фирмы.

Джинсовые войны.

Последнее было вызвано не пижонством, а жесткой необходимостью. Дело в том, что до конца 20-х годов XX века никто, кроме фирмы Levi's, джинсы и не шил, поскольку наследники Ливая Страусса, который умер в 1902 году, оставив четверым племянникам процветающее дело, надежно защитили свою золотую долю бумажными стенами из разнообразных патентов и лицензий. Однако любой рынок имеет тенденцию к сопротивлению монополизму: джинсы начала носить вся Америка, а затем и остальной мир, и сохранять исключительное право на шитье самой ходовой одежды миллионов становилось все труднее. Тем более что саму материю запатентовать было невозможно, а выдумать новые крой, стиль, аксессуары труда не составляло.

Поход против джинсов Levi's начался оттуда, откуда начинаются все сколько-нибудь значимые революции в Америке - с киноэкрана. Звезды вестернов 40-50-х годов постепенно переходили на джинсы другой марки, как бы более приспособленные для жизни верхом. Ведь Levi's создавались не для ковбоев, а для старателей, разнорабочих, грузчиков, фермеров и водителей. В общем, неудивительно, что малоизвестной в ту пору филадельфийской фирме The Rodeo Ben удалось завоевать свою часть рынка. Позже именно она и внедрила торговую марку Wrangler's, которой стали обозначаться исключительно "ковбойские" джинсы.

А в 1947 году на рынок была выброшена модель, впоследствии ставшая не менее легендарной, чем знаменитая 501-я. Она обозначалась 13MWZ, что означало "13-я модель мужских брюк типа "Вестерн" с молнией" (13 Men's Western with Zipper). Новые джинсы делались для сухопарого мускулистого мужчины, уверенно сидящего в седле. Нижний обрез приходился как раз на верхний край высоких ковбойских сапог, а задние карманы были существенно увеличены, чтобы не утюжить бумажник или коробочку с жевательным табаком. И главное - никаких пуговиц!

Справедливости ради отметим, что первой от пуговиц в пользу молнии отказалась не The Rodeo Ben, а другая, не менее известная джинсовая компания - Lee. Ее история берет начало с конца прошлого века. В 1889 году некий торговец по фамилии Ли основал в городе Салина (штат Канзас) компанию H.D. Lee Mercantile Co., которая торговала всем, что могло пригодиться в прериях, - от ружей до лошадиной упряжи и

палаток.

В 1911 году Ли обнаружил, что на рынке наблюдается дефицит удобной, неприхотливой и особо прочной рабочей одежды. Так у него возникла идея комбинезона из брезентовой парусины. А поскольку никто тогда ничего подобного в Америке не выпускал, Ли построил собственную фабрику и из торгаша превратился в товаропроизводителя.

И уже через два года на рынке появились первые модели рабочих комбинезонов - Union-All. Идея объединить брюки и куртку в цельную спецодежду, которую можно было быстро и без особых затруднений надеть поверх обычного костюма, пришла в голову Ли, когда он наблюдал за своим шофером: тому приходилось переодеваться всякий раз, когда нужно было менять колесо или залезать под машину.

Чрезвычайно практичные комбинезоны Union-All заинтересовали военных. В том же 1913 году отвечавший за поставки армейского обмундирования бригадный генерал Леонард Вуд предложил фирме Lee эксклюзивно одевать технический и инженерный состав армии США. И вскоре джинсовые комбинезоны Lee's стали в Америке столь же популярными, как и джинсовые брюки Levi's.

Тут уж совсем ничего оставалось до появления фирменных джинсов Lee. Однако, чтобы они отличались от изрядно раскрученных брюк Levi's, нужна была какая-то поистине революционная новинка. Ею стала молния, появившаяся на джинсах Lee's в 1926 году. Правда, понадобилось почти 13 лет, чтобы она была признана широкими массами. Но к 1939 году, после успешной рекламной кампании, проходившей под слоганом "Люди, которым удобно шагать" (на рекламной картинке была изображена шеренга из шестерых идущих мужчин в джинсовых брюках - рабочего, военнотружашего, клерка, ковбоя, подростка и туриста), фирма Lee превратилась в крупнейшего производителя рабочей спецодежды в США.

Производители джинсов

Ежегодно в мире появляются не только новые модели и фасоны, но и новые фирмы по производству джинсовой одежды. Но опыт, конечно, ничем не заменишь. Поэтому понастоящему качественные джинсы шьют фирмы, давно обосновавшиеся и зарекомендовавшие себя на мировом рынке фирмы. К ним относятся «Levi Strauss & Co», «Lee», а также более молодые «Versace» и «Hugo Boss». Причем у каждого изготовителя свои особенности, благодаря которым они смогли покорить мировой рынок.

«Levi Strauss & Co» — это название говорит о многом не только человеку, сведущему в «штанах золотоискателей», но и обычному обывателю-любителю денима. 501 модель – это классика джинсовой индустрии, самая популярная модель, имеющая долгую, победоносную историю. Не смотря на то, что Леви Страусс начал покорять рынок мировой моды своими грубыми, но очень удобными рабочими штанами, на сегодняшний день «Ливайсы» могут быть очень разнообразных фасонов: и с широкими штанинами, и с довольно узкими. Но все они обладают отличным качеством. Основное их достоинство – идеально выверенный крой и ощущение, что эти джинсы шили

именно для тебя. А неизменная приверженность традициям (неизменный со времен основания компании кожаный лейбл, двойная отстрочка швов, рисунок арки на задних карманах) добавляет уверенности в качестве изделий.

«**Hudson**» — эта марка родом из Калифорнии. Сегодня этот джинсовый бренд популярен далеко за пределами США. Джинсы Hudson производят в Турции. Они получили признание благодаря идеальному крою и прекрасной посадке на любую фигуру, отличному качеству и демократичной ценовой политике. На нашем складе большой ассортимент джинсов Hudson из Турции.

«**Hugo Boss**» — с этими джинсами в одном ряду можно поставить «Rifle» и «Klaus Montana». Их классический покрой может показаться устаревшим и чересчур консервативным. Но модели этой фирмы прекрасно подойдут для людей, которые ценят стиль и качество.

«**Lee**» — джинсы этой марки стоят в одном ряду с «Wrangler» и «Levi's». Оригинальные «Lee» отличаются определенными особенностями: качественной отделкой карманов, качеством боковых и поясных швов и, самое главное, качеством самой ткани. Модель «Lee Chicago» прекрасно подойдет для настоящих ковбоев. Это очень сексуальная и оригинальная модель.

Также «Lee» производит свою особенную модель, которая они назвали «Dillon» — джинсы стильного «моряцкого» кроя с потертым эффектом. Штанины широкие (ширина штанин — 52 см), с заниженной линией талии. Ткань изготовлена из стопроцентного хлопка, без добавления синтетики.

Когда Levi's был еще региональной значимости концерном западного побережья, канзасский предприниматель Генри Дэвид Ли активно работал над созданием бренда, который стал бы воплощением индустриальной силы центральных штатов, а так же главным конкурентом Levi's. H. D. Lee Mercantile Company, которую он основал в 1889 году, продавала все — от фруктовых коктейлей до конной упряжи. А в 1911 году Lee начал выпуск собственных waist overalls и курток. Два года спустя появился первый полноценный комбинезон Lee — Union All. Легендарное название происходит от названия профсоюза швейных рабочих United Garment Workers of America, члены которого его и шили. К 1940 году Lee уже контролировал треть всего американского джинсового рынка. С тех пор имидж Lee, возможно, несколько поизносился, но их винтажные джинсовые куртки ценятся знатоками побольше, чем куртки Levi's.

«**Big Star**» и «**Wrangler**» — эти джинсы прекрасно подойдут тем, кому нравится спортивный стиль. Но большинство поклонников штанов настоящих ковбоев отдают предпочтение моделям компании «Wrangler».

Основное достоинство этих джинсов заключается в том, что они сидят как влитые. Поэтому именно «Wrangler» считаются самыми популярными, так что при выборе джинсов этой фирмы учитывайте этот факт. Кроме того, эти джинсы даже после стирки всегда смотрятся как новые, что говорит об их отличном качестве.

Считается, что у «Wrangler» самые оригинальные и разнообразные расцветки: от

темно-фиолетового до нежно-голубого и кофейного.

«**Diesel**» — это молодежная марка. Все модели очень мягкие, тонкие, обязательно с болтами на ширинке. Для них характерны намеренные потертости, помятости и имитация поношенности. Поэтому далеко не каждый модник отважится надеть джинсы фирмы «Diesel».

Итальянец Ренцо Росо основал марку Diesel в 1985 и стал её полноправным владельцем в 1985-м. В 1991 году он запустил линию Old Glory: ударными составляющими этого коктейля был деним с японских фабрик Курабо и Кайхара и с итальянской Леглер, а в качестве заправки - ностальгия по классическим американским джинсам Lee, Levi's и Wrangler. В том же году Росо запустил первую из своих знаменитых рекламных кампаний в стиле кэмп: самые крепкие американские стереотипы вокруг джинсов были перемолоты с иронией, встряхнувшей весь рынок. С тех пор итальянский бренд стабильно опережает даже Levi's по продажам джинсов ценовой категории чуть выше средней.

«**Evisu**». В середине 1980-х эта японская марка появилась под названием Evis. Её создателем был японский джинсовый фанат Хидехико Ямане. Владелец огромной коллекции, он начал с издания «трибьютов» своим любимым старым моделям американских марок. Качество гарантировалось тем, что Ямане закупал свой деним на фабрике Курабо, как и Levi's для своей винтажной линии. «Посвящение» выходило столь успешным, что в 1991 году Levi's заставил японский бренд сменить имя с Evis на Evisu. Когда в 1989 году Evis(u) появился на английском рынке, дистрибьюторам пришлось срезать красные ярлычки, слишком сильно напоминавшие об американском старшем брате. Однако уже в 2000-м Ямане достиг такого уровня, что продал специальную лимитированную линию джинсов с вышитым золотым логотипом Evisu по цене £ 1200 за пару.

«**Mustang**» — *джинсы* этой фирмы стоят в одном ряду с основными фаворитами джинсовой моды. Кстати сказать, с 1980 года это единственный германский производитель, составивший достойную конкуренцию американским маркам «Levi's» и «Wrangler».

Джинсы «Mustang Exotic-Erotik» и «Lee Chicago» считаются самыми сексуальными. Это фасоны, которые подчеркнут ваши темперамент и сексуальность, если таковыми не можете похвастаться, то эти *джинсы* добавят Вам и того и другого.

Дизайнерские джинсы

В конце 70-х американские модельеры Кельвин Кляйн и Виктория Вандербилт замахнулись на джинсовый рынок, выпустив под своими лейблами деним. Уже в 1979 году общая выручка от продаж дизайнерских джинсов на территории США составила \$ 1 млрд. – одну десятую от общей джинсовой прибыли. В 1983 году Карл Лагерфельд вывел на подиум Chanel джинсовый костюм. А в 90-х очевидному кризису традиционных джинсовых марок сопутствовал столь же неприкрытый роман между модой и джинсой: Armani Jeans, Helmut Lang, D&G, Gucci, Moschino, Versace, DKNY, JPG, Paul

Smith – все уважающие себя марки отметились джинсовыми коллекциями.

«**Кельвин Кляйн**». Американец Кельвин Кляйн стал первым модельером, всерьез занявшимся выпуском джинсов в 1977 году. Настоящий успех пришел к нему в 1980 году, когда он как следует расширил свой джинсовый ассортимент и заказал Ричарду Аведону скандальную рекламную кампанию с 15-летней Брук Шилдс. «Между мной и моими «Кельвинами» нет абсолютно ничего», - гласили рекламные постеры. И в следующем же году продажи сК поднялись с \$25 млн. до \$180 млн.

Известно, что понятие «джинсы-секси» ввел **Кельвин Кляйн (Calvin Klein)**. Он же первым выкрасил *джинсы* в черный цвет и сделал их облегающими. Эти *джинсы* отлично сидят.

Но не только этот всемирно известный кутюрье реализует свое вдохновение в *джинсовых коллекциях*. Есть и множество других. И о них тоже следует поговорить.

«**Chanel**» представляет коллекцию так называемых *джинсовых брюк*. По покрою они ничем не отличаются от обычных классических брюк. Простота и элегантность всегда выделяли продукцию дома Шанель среди остальных изготовителей.

«**Dior Homme**». Если Levi's - авторитет в своем регистре классических джинсов, Diesel - где-то на полпути между денимом и модой, то Dior Homme с легкой руки модельера Эди Слимана за последние два года стал безоговорочным лидером в мужской моде. Без джинсов этот стиль невозможен: узкие, потертые, желательно черные или серые, джинсы Dior Homme есть в гардеробе каждого уважающего себя стильного парня рядом с прекрасно сочетающимся с ними костюмом Dior Homme.

«**Girbaud (Жирбо)**». Дизайнеры Марите и Франсуа Жирбо – создатели джинсовой инженерии, как они это называют. В 60-х они первыми начали выпускать искусственно потертые джинсы, в 70-х изобрели модель cargo с огромным количеством карманов, сейчас экспериментируют с лазерным кроем и плавкой горячим воздухом, которая заменяет швы. Кроме денима, у Girbaud есть полноценные коллекции модной одежды, мужской и женской, коллекция Active для ведущих активный образ жизни, урбанистическая Sportcity и нетривиальная обувь.

«**Chaps**» выпускает продукцию за авторством самого Ральфа Лорана. «GAP» — скромное обаяние буржуазии. *Джинсы* выглядят довольно скромно, без претензий на изыски, но зато великолепно сидят на любой фигуре.

«**Хельмут Ланг**». В середине 90-х, когда мода на дизайнерские джинсы уже несколько выдохлась и отчетливо ощущалась потребность в новом толчке, австриец Хельмут Ланг, обладавший достаточным авторитетом в моде, выпустил линию черных плотных джинсов. На протяжении нескольких лет это считалось очень круто.

«**Морис Охайон**». Еще в конце 70-х этот француз марокканского происхождения основал свою компанию по производству дизайнерских джинсов. Seven 7, Western Passion, Fetish, а теперь и Notify – каким образом Охайону удастся выпустить джинсы, которые тут же начинают носить Гвинет Пэлтроу, Сара Джесика Паркер и Линда Евангелиста? Охайон объясняет свой успех трудолюбием: он сам следит за тем, как

его деним ткнут, красят и протирают на заводе в Бельгии, а потом шьют в Италии.

«**Fiorucci**». Итальянская модная марка, названная по имени ее создателя Фьоруччи, была одним из предвестников моды на дизайнерские джинсы в конце 70-х. Группа Sister Sledge пела о ней примерно в те же годы: «Halston, Gucci, Fiorucci...».

«**Edwin (Эдвин)**». Первая среди японских винтажных марок. Появилась в 1969 году.

«**Moschino**» выпускает *джинсы* одновременно и удобные, и стильные, что встречается довольно редко среди именитых дизайнеров.

«**Trussardi**» — очень серьезная марка, которая прекрасно подойдет для стильных и обеспеченных модников. *Джинсы* очень прочные, но тесноваты в шагу, жмут в районе паха, тянут в бедрах.

«**Versace**» — это *джинсы* роскошные, гладкие, плотные, с лоском и блеском. Их автор играет очень ощутимую роль в мировой моде. Такие *джинсы* могут носить только очень стройные люди: они облегают фигуру так, что в карман уже ничего не положишь.

«**Dolce&Gabbana**» — этот модный дом перегнал «Versace» по экстравагантности. Такие *джинсы* могут себе позволить только избранные.

Многообразие моделей джинсов

BellBottom - штаны-колокол или джинсы-клёш, узкие в талии и бёдрах (иногда с широким поясом), и значительно расширяющиеся к низу от колен (до 60-70 см. по низу). Это не что иное, как брюки-клеш. Появились в 60-е, пик популярности пришелся на 70-е.

Cargo— джинсы с накладными карманами, пришитыми на любую другую модель.

Comfortfit— джинсы классического кроя, ровные и широкие по всей длине.

Coloreddenim – джинсы холодного цвета. Раньше это название распространялось только на синие джинсы. Сейчас так называют черные и не выбеленные джинсы.

Loosefit – мешковатые джинсы, но сужающиеся к низу. Такие джинсы можно носить в любую погоду.

BootFlare – это длинные джинсы с немного приспущенным на бедра поясом и клёшем ниже колена, которые эффектно облегают фигуру, а к щиколотке расширяются.

Carpenter (плотницкие) - неприхотливые, просторные. Вообще, удобная рабочая одежда.

Easystyle - свободно облегал тело, сохраняя аутентичный покрой.

VanguardStyle - господствует этот фасон в джинсовой моде последние 3-4 года. Выражается в необычном крое, силуэтах с «прибабахом» и яркой отделке.

BaggyFitstyle (мешковатый стиль) — "рэпперские", экстремально широкие джинсы, с эффектом спущенных штанов. Обычно такие штаны покупают на пару размеров больше.

OneWashed- японская технология, позволяющая получать темный, как будто нестираный деним, но очень мягкий на ощупь.

Regular (old) style (обычный, старый стиль) — классический стиль джинсов, которые сидят на теле очень плотно, имеют прямую форму брючин, иногда слегка зауженных книзу.

SecondHandStyle. Если вы увидите на джинсах подобную бирку, не спешите с выводами. Конечно, первое, что приходит в голову, будто эти джинсы, как и одежда из одноименных магазинов, поношены. На самом деле бирка «SecondHand» означает лишь то, что джинсы искусственно состарены. При помощи самых разных абразивных материалов: струй песка, тертого кирпича или специальных порошков. Такие джинсы стоят недешево. Престижность потертых джинсов, видимо, пошла с традиции, заложенной в том же XIX веке, передавать столь удобные для работы и малоизнашиваемые штаны из поколения в поколение. Кстати, даже сегодня очень старые джинсы (30 лет и более) принято продавать на аукционах. И стоить они могут от 500 до нескольких тысяч долларов. Рекордная цена на сегодняшний день - 125 тысяч долларов.

Slim (SlimFit) -обтягивающий покрой джинсов или другой одежды.

Staprest- джинсы с «вечной» стрелкой. В ткань добавили полиэстр, а потом, сложив брюки пополам, их «запекли»по особой технологии. Стирайте такие брюки сколько хотите, стрелка все равно останется на месте.

Straightleg – джинсы с прямыми по все длине штанинами.

Taperedleg (зауженные книзу) - облегающие или свободные штанины по бедрам, сужающиеся к щиколотке.

RegularStyle (OldStyle) - буквально "обычный, старый стиль", классический стиль джинсов, плотно сидящих на теле, имеющих прямую форму брючин, иногда слегка зауженные книзу. Обеспечивают своего обладателя стройной фигурой, но слегка сковывают его движения.

Worker – рабочие джинсы. Крепкие и практичные джинсы. Для тяжелых работ. Как правило, из плотного, крепкого коттона, с усиленными швами.