

Районная научно-практическая конференция

«К вершинам науки»

Секция: «Филология»

Исследовательская работа

Тема: «Модный русский язык!»

Шарыпаева Екатерина Олеговна,
«МБОУ СОШ с углублённым
изучением отдельных предметов
№89», 7а класс

Байсарова Елена Валерьевна,
учитель русского языка и
литературы

Ижевск, 2018

Оглавление

- 1. Введение**
- 2. Часть первая**
 - 2.1 Надписи на одежде. История появления
 - 2.2 Мода и латиница
- 3. Часть вторая**
 - 3.1 Модная кириллица
- 4. Заключение**
- 5. Список литературы**
- 6. Приложение**

Введение

Надпись на одежде - это не просто декоративный элемент, это коммуникативное средство, имеющее разнообразное смысловое содержание.

В межличностной и социальной коммуникации с древнейших времен одежда указывает на социальный и имущественный статус человека, на род его занятий. Вид одежды мог быть обусловлен практическими потребностями, например, у воинов, моряков, охотников и т.п. еще в античном мире для усиления коммуникативной значимости, а также эстетичности одежды на ее части стали наноситься письменные знаки, часто стилизованные под орнамент.

Одежда, в общем-то, независимо от ситуации всегда раскрывает внутренний мир того, кто в эту одежду облечен. Даже стандартная одежда многое способна «рассказать» о любом, кого мы встречаем. Тем не менее, случаются ситуации, когда и самый сдержанный приверженец классического стиля считает возможным немного расслабиться и показать себя миру очень ярко и неожиданно.

История возникновения надписей на одежде очень проста: сначала надписи украшали только форму рабочих, указывая на их статус на рабочем месте, потом они стали показывать какого дизайнера или какой фирмы эта вещь, а уже после этого стали появляться надписи, которые, в самом деле, несут смысл.

Большое распространение надписи на одежде получили в мире во второй половине XX века. Эта тенденция не идет на спад и в настоящее время.- 10

Для своей работы я выбрала тему «Модный русский язык», потому что в последние годы в мире набирают популярность русскоязычные надписи на футболках, и я заинтересовалась причинами этого явления, ведь нам привычнее видеть англоязычные, ставшие давно популярными, надписи.

Актуальность моей работы заключается в том, что такие надписи набирают популярность и в нашей стране, соответственно, мы можем наблюдать за этим явлением в процессе. В Интернете большое количество исследований по теме надписей на одежде, их значений, характеристики, лингвистического аспекта и т.д. Но все эти исследования касаются именно английских слов на одежде, а о русских словах, недавно вошедших в моду, таких исследований нет. Кроме того, целевая аудитория потребителей одежды с надписями – это подростки, молодёжь, и, мне кажется, наша тема исследования будет интересна моим сверстникам и пробудит у них интерес к русскому языку, культуре, заставит задуматься о роли русского языка в мире.

Цель работы

Изучить истоки популярности кириллицы и русского языка в одежде, выяснить с чем связан выбор лексики на предметах одежды.

Задачи

1. Изучить историю появления и распространения одежды с надписями.
2. Узнать, когда и почему стала популярна кириллица в оформлении одежды, какие русские слова наиболее популярны.
3. Выяснить, какие слова популярны в оформлении одежды.

Методы исследования

1. Изучение литературы и других источников по теме исследования.
2. Сбор информации о популярных русских словах, используемых современными дизайнерами в декоративных целях.
3. Анализ информации.

Часть первая

2.1 Надписи на одежде. История появления.

«Надписи на одежде существовали еще много веков назад. Самые ранние знакомы нам по Древней Греции. Уже там мы находим вышивки на

поясах, которые говорят нам об именах владельца, или находим имена на ювелирных украшениях. На множестве итальянских и немецких портретов конца XV и XVI веков вы видите надписи, которые вплетены в орнамент мужских рубашек, в корсажи женских платьев, где обычно написаны на латыни или девизы знатного рода, или имена владельцев этих портретов или нарядов(смотрите в приложении) .» -1

Как видим, надписи на одежде – это не современное изобретение. Обычай украшать одежду словами появился очень давно.

Мысль о тесной связи языка и общества возникла в сознании людей очень давно. Основная трудность исследования этого вопроса заключается в том, что эта идея, содержась во многих высказываниях, не формулируется в форме тезиса: язык – общественное явление. Подразумеваемое выражение этой идеи можно найти и в утверждениях некоторых древнегреческих философов о возможности возникновения названий предметов на основе договоренности между людьми, и в высказывании Г. Лейбница о языке как лучшем зеркале человеческого духа, и в известном положении Вильгельма Гумбольдта, согласно которому язык возник как следствие необходимости в общении. Язык является одним из самых важных общественных явлений, он необходим для существования человеческого общества. И можно сказать, что язык это живой и непрерывно изменяющийся организм, в котором все находится в постоянном движении и развитии. В лингвистике выделяют два вида факторов развития языка: лингвистические и экстралингвистические факторы. Лингвистические (или внутренние) факторы – то факторы непосредственно языкового развития, под воздействием которых изменяется языковая система, семантическая структура или стилистическая принадлежность слов. В свою очередь,

экстралингвистические факторы – это параметры внеязыковой социальной действительности, обуславливающие изменения в языке как глобального, так и частного характера. Другими словами, это внешние факторы развития языка, его социальная природа

Тема нашей научной статьи актуальна тем, что язык – это передатчик и носитель культуры, поэтому при его изучении необходимо брать во внимание все изменения, которые происходят в нем. Сейчас в России преподавание языков переживает период переоценки ценностей, ведь страна стремительно развивается и входит в мировое сообщество. Языки являются реальным средством общения между культурам, что привлекло к функционированию в языке разнообразных иностранных слов. Более того, сегодня английский язык проникает в повседневную жизнь из-за своей универсальности и моды на этот язык. Изучая английский язык, люди все чаще стали обращать внимание на обилие иностранных слов вокруг нас и задумываются о значениях и причинах их употребления. Мы их встречаем везде: дома, на улице, в школе, в газетах и журналах и даже на одежде, которую носим каждый день. Вот почему объект данного исследования стали надписи на одежде, а предметом – их стилистические и лингвистические особенности. Тема надписей на одежде малоизучена и требует глубокого рассмотрения, так как важно понимать, что транслирует миру надпись на вашем одеянии. Одежда в современном мире стал одним из главных средств самовыражения молодых людей. Именно современная молодежь, словно в зеркале, отражает новые веяния, насущные проблемы и интересы общества. Оценивая человека, мы отмечаем, насколько одежда соответствует возрасту, социальному статусу, моде. Одни желают отдать дань моде и надеть то, что пользуется популярностью среди большого количества людей. Другие предпочитают выделиться, надев нечто необычное, тем самым проявив свою

аутентичность. Надпись на одежде это не просто декоративный элемент, это коммуникативное средство, имеющее разнообразное смысловое содержание.

В межличностной и социальной коммуникации с древнейших времен одежда указывает на социальный и имущественный статус человека, на род его занятий. Вид одежды мог быть обусловлен практическими потребностями, например, у воинов, моряков, охотников и т.п. еще в античном мире для усиления коммуникативной значимости, а также эстетичности одежды на ее части стали наноситься письменные знаки, часто стилизованные под орнамент.

Одежда, в общем-то, независимо от ситуации всегда раскрывает внутренний мир того, кто в эту одежду облечен. Даже стандартная одежда многое способна «рассказать» о любом, кого мы встречаем. Тем не менее, случаются ситуации, когда и самый сдержанный приверженец классического стиля считает возможным немного расслабиться и показать себя миру очень ярко и неожиданно.

История возникновения надписей на одежде очень проста: сначала надписи украшали только форму рабочих, указывая на их статус на рабочем месте, потом они стали показывать какого дизайнера или какой фирмы эта вещь, а уже после этого стали появляться надписи, которые, в самом деле, несут смысл.

Большое распространение надписи на одежде получили в мире во второй половине XX века. Эта тенденция не идет на спад и в настоящее время. Причинами распространения вербального оформления одежды явились бурное развитие рыночной экономики и связанный с этим рост значимости коммерческой информации и рекламы, развитие технологий, упростивших нанесение текста на готовое изделие или включение текста в фактуру изделия при его изготовлении. процесс глобализации и борьба за рынки сделали актуальным такое понятие, как бренд. Надписи на одежде демонстрируют содержательную

трансформацию этого понятия и слова от обозначения торговой марки к передаче совокупности отличительных характерных черт, формирующих представление о ком-либо, чем-либо.

Весьма существенную роль сыграли также изменения ментального характера: сильно возросли раскованность в поведении, особенно у молодежи, самооценка личности, общая демократизация жизни и т.п.

Наконец, информационная революция конца XX – начала XXI века сделала современного человека восприимчивым к различным формам коммуникации, например, к граффити на стенах домов, заборах и т. п., в том числе и на предметах одежды.

Каждая надпись обязательно несет в себе определенный смысл. В этом нет ничего страшного, если содержание надписи нейтральное. Проблема заключается в том, что производители футболок уже давно перестали беспокоиться об этическом оформлении надписей, что характеризует современное общество не с лучшей стороны.

Надпись на одежде имеет определенную коммуникативную направленность. И в зависимости от цели коммуникации существует множество видов надписей, которые имеют разную смысловую нагрузку. Они могут иметь в своем составе коллоквиализмы, молодежные сленговые слова, и каждая надпись отличается от другой манерой написания, наличием различных лексических единиц. Слово может быть общеизвестным или же распространенным только в определенном кругу людей или на отдельной территории.-11 (Бриткина Д.С., Баймуратова У.С. АНГЛИЙСКИЕ НАДПИСИ НА ОДЕЖДЕ КАК ЭКСТРАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ // Научное сообщество студентов XXI столетия. ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. XXXVII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 10(37).

2.2 Мода и латиница.

Невозможно представить себе гардероб современного человека без футболок. У каждого человека их несколько – на все случаи жизни. Это культовая часть стиля рокеров, необходимая часть одежды спортсменов и рабочих. Сегодня трудно даже поверить в то, что еще лет 70 назад футболки не носили вовсе.

Футболка, как любая вещь, созданная людьми, имеет свою оригинальную историю. Первая футболка появилась в середине сороковых годов, именно в то время, когда шла первая мировая война. Затем она стала частью униформы, спортивной формы.

Шестидесятые годы прошлого столетия можно считать моментом зарождения первых надписей на футболках. Объясняется это тем, что спустя 20 лет после окончания второй мировой войны, во многих странах отмечается рост материального благополучия, стремление к комфортной жизни. Поколению 60-х характерны свобода, раскрепощённость, желание всё успеть и всё попробовать, открыть новое или некогда запретное, будь то искусство, музыка или одежда. В этот период надпись на одежде стала своего рода транспарантом, который люди использовали для выражения общественного, политического протеста: «Stop the War», «No More Wars». Кроме того, это была попытка выделиться из серой массы людей, заявив тем самым, о своей индивидуальности. Рисовать и писать на футболках придумали представители молодёжного и очень популярного в те времена движения хиппи. В основном они наносили на свои футболки различные социальные надписи, начиная с обыкновенного знака «пацифик», и заканчивая развернутыми манифестами против войны во Вьетнаме. Когда музыкант Джонни Роттен на своих футболках собственноручно писал «I hate» к надписи Pink Floyd или выводил «Kill All Hippies», он сотворил тот самый «fashion statement». С этих пор надпись, выражающая отношение к

окружающему миру, стала одним из самых популярных и удобных средств общения.

Из предмета массовой культуры футболка незаметно стала стремиться к выделению своего носителя. Футболка с надписью – это не просто вещь, «одна из» вашего гардероба. Это нечто большее, это вещь, отражающая ваше отношение к окружающим, рассказывающая о ваших интересах.

Являясь средством международного общения и одним из самых распространённых языков на планете, английский был выбран в качестве основного языка надписей на одежде. Помимо этого, в речевой обиход уже давно вошло понятие глобальной деревни, т.е. любое изобретение, новая тенденция в моде не может быть достоянием одной части населения. Всё новое, то, что англичане называют “appeal”, моментально принимает мировые масштабы. Это одна из причин чрезвычайной популярности футболки с надписью, помимо этого она является универсальной частью гардероба, а смысловое содержание надписи решает ряд коммуникативных задач.

Таким образом, заурядная часть одежды, благодаря сильному смысловому потенциалу надписи, прошла путь развития от униформы до средства выражения собственного мнения.-12

Большое распространение надписи на одежде получили в мире во второй половине XX века. Эта тенденция не идет на спад и в настоящее время.-2

Из коллекции 1955 года Кристиана Диора, которая была создана на тему трех букв - H, A и Y. Все платья имели такие очертания, а **их швы повторяли эти три буквы**, это были самые модные коллекции.-2

В 1985 году Жан-Поль Готье создал удивительную коллекцию, которая включала славянские буквы - кириллицу, ими он писал на своей одежде орнаментом "Жан-Поль Готье". Это было хитом, весь Париж носил вещи с этим логотипом, особенно всем нравилась буква Ж, потому что она похожа на жука или на какой-то китайский орнамент.-2

Затем кириллица вообще вошла в моду, славянские буквы использовали во второй половине 80-х годов в трикотаже, свитерах, кофтах, во многих аксессуарах.»-3

«В начале 2000-х «поколение некст» продолжало черпать информацию из-за рубежа. В России появлялось больше западных брендов. Надпись на одежде латиницей воспринималась как нечто актуальное, как признак прогрессивности хозяина. «Даже если стоял выбор между двумя одинаковыми вещами с одного прилавка какого-нибудь рынка, в приоритете всегда были вещи с надписями на латинице, доступ к одежде зарубежного производства был почти невозможен, поэтому импортные вещи ценились выше». -4

В настоящее время наиболее популярные надписи на одежде, такие как «Thrasher», «Supreme», «Спутник 1985» и т.д. Большинство вещей с такими надписями были придуманы для катания на скейтборде. Например вещи с надписью «Thrasher» были названы в честь модного журнала о скейтбординге, в таких вещах удобно кататься на доске.

Часть вторая

3.1 Модная кириллица

От подиума до обложек политических изданий — сегодня в моде надписи на русском. На днях звезда НБА — американский баскетболист Кевин Дюрент — появился на пресс-конференции в футболке с надписью «Стиль» от своего соотечественника дизайнера Херона Престона. В такой же толстовке недавно сфотографировали дочь Канье Уэста и Ким Кардашьян Норд Уэст. В феврале этого года кириллица оказалась и на обложке

американского еженедельника The New Yorker, а журнал Vogue назвал толстовки с надписями на русском одним из главных модных трендов.-13.
Почему весь мир полюбил кириллицу?

Кириллица - славянский алфавит, созданный славянскими первоучителями Кириллом (Константином) и его братом Мефодием.

Наиболее популярные надписи на русском языке – такие, как *Спутник 1985*, спорт, стиль, весна, юность и т.д.

«Бум на русскоязычные тексты в мире начался два года назад с «дворовых» коллекций российского дизайнера Гоши Рубчинского. Заправленные в носки тренировочные штаны и свитшоты с надписью «Спорт» покорили тогда западных модников. Несмотря на быстротечность большинства подобных тенденций, интерес к необычным надписям по-русски не оказался мимолетным, он только набирает обороты. Сначала такие вещи начали носить супермодники.»-9

Например «Спутник 1985», этот бренд основал Сергей Пахотин, приехавший из Белоруссии в Москву. Первое время работал на книжном складе, потом решил, научиться чему-нибудь новому, его выбором стала шелкография. Первые футболки он печатал в домашних условиях, прикладывая рамы к обычным футболкам. На футболках были написаны имена писателей : (Селина, Еврофеева). «Назвали этот бренд именно так , потому что сам создатель родился в 1985 году, а «Спутник», потому что это одно из самых известных и популярных в мире.»-8

«На футболках Сергея можно увидеть и другие надписи, такие как «Нас не разлучить», «Я хуже тебя.»-8

Кириллица – это экзотично, необычно и очень модно. Для Запада интересно не только носить вещи с надписями на кириллице, но и

разгадывать их значение, ведь «если ты не можешь это прочитать, не значит, что ты не можешь это носить».

Украинский дизайнер Лилия Пустовит не использует кириллицу так очевидно, как Артем Кривда или тот же Walk of Shame, а вместо этого ловко прячет слова «Где мама» на комбинезонах и платьях. «Раньше они использовали латиницу, потому что не были уверены в том, что люди во всем мире поймут кириллицу не только как экзотические знаки, но и как послание с особым значением, – говорит Пустовит о новом тренде. – Сейчас мы не задаем себе таких вопросов. Мы просто хотим использовать слова с определенным посланием и энергетикой на нашем родном языке».

Кириллица – это секретное оружие дизайнеров. Из-за того, что русский язык (и его славянские братья) в основном не используются для общения за пределами постсоветского пространства, дизайнеры выигрывают по всем фронтам: лого на кириллице – это и дерзко, и невероятно продаваемо.

Мода больше других сфер массовой культуры подвержена заимствованиям. Кризис идей, вызванный необходимостью выпускать несколько коллекций в год, приводит к тому, что дизайнеры ищут вдохновения не только в знакомой им среде, но и на локальных рынках других стран. Символы чужих культур подаются как нечто экзотичное, создают эффект новизны. Не можешь придумать оригинальную надпись на английском? Используй буквы, которые сами по себе выглядят необычно, такой принт всегда выделяет из массы. Покупатели этих вещей могут не понимать смысла слов, но тем интереснее: ведь без своего прямого значения текст превращается в универсальный символ.-13

Наперекор известной фразе в мире моды не количество переходит в качество, а наоборот. Еще в прошлом году кириллицу осваивали люксовые бренды: тот же Рубчинский сделал коллаборации с англичанами Burberry и японской маркой Comme de Garçons. Теперь же ставку на русскоязычные

тексты делает массмаркет. Adidas выпустил футболки с надписью «Футбол», а американский гигант Urban Outfitters — со словами «Равноправие» и «Никогда». Любимая Филиппом Киркоровым британская марка KTZ тоже не осталась в стороне.

Вслед за США и Европой ажиотаж вокруг кириллицы охватил Японию. Марка G.V.G.V представила вещи со словами «Спорт», «Молодежь», «Красный», «Черный», а японский дизайнер Юния Ватанабе набил на футболках из коллекции весна-лето 2017 комичные надписи на кириллице: «эмблема аэроклуба «Москита» и «Николай 78».

Западные фэшн-блогеры шутят «русская мафия захватила мировые подиумы». В ответ любимая модель Рубчинского и Гвасалии из агентства Lumpen Всеволод Черепанов по кличке «Север» опубликовал фото в толстовке «Russian Mafia New World Order» («Русская мафия Новый мировой порядок»). Инстаграм Черепанова моментально завалили заказами желающие примкнуть к «русской мафии» со всего мира — от США до Австралии. И вот уже Vogue посвящает хулиганским толстовкам отдельный фичер.

Криминальная тема вкупе с кириллицей вообще пользуется большим спросом у западных пижонов. Вероятно, этим объясняется спрос на российскую марку уличной одежды Outlaw («Вне закона») с их знаковым принтом «Аутло» (транскрипция английского названия), а также на питерский бренд «Преступление и наказание», выпускающий сшитые заключенными вещи со словами «Охрана» и «Спаси и сохрани».

Несмотря на колоссальный успех подобных марок за рубежом, на родине эти вещи часто критикуют за неоправданно высокие цены и нарочитую «некрасивость». Так, одежда Гоши Рубчинского (его толстовки в среднем стоят от 10 тысяч рублей) превратилась в своеобразный мем, которому даже посвящают песни. В основном их посыл сводится к строчке из совместного трека рэперов Замай, Монеточки и СД: «Я за эти кальсоны

тебе отдала бы/Максимум тыщу». Однако очевидно, что западные денди готовы заплатить не одну сотню долларов за то, чтобы приобщиться к моде на кириллицу.-13

Слова, используемые для украшения одежды, являются и посланием миру, и способом выразить себя, стать оригинальным. Это существительные, прилагательные, аббревиатуры, Фразы и даже целые предложения. Набирает популярность мода на футболки и такими посланиями, когда одна часть написана впереди, а вторая – на спине. Среди подростков и молодёжи популярны так называемые «прикольные» надписи. *Вообще, лингвистическое исследование кириллических надписей на одежде может стать темой отдельного интересного исследования.* Я думаю, стоит продолжить работу в этом направлении. Интересно, что выбор лексики на одежде диктует не только мода, но и спрос, и вкусы молодёжи, её герои на данный момент.

Заключение

На основании созданной мною работой, я исследовала ,и поняла что люди с давних времён и до нашего времени украшали и украшают свою одежду символами и надписями. Я узнала, какие русские слова наиболее популярны для оформления одежды. По проведённому мною анализа лексики можно сделать вывод: что выбор слов на одежде в большинстве случаев отражает интересы и внутренний мир человека.

В результате работы над темой исследования мы пришли к следующим выводам:

1. Надписи на одежде популярны в молодёжной среде.
2. Слово в модной индустрии несёт культурологический подтекст и отражает интересы общества и его культурные запросы.
3. Мода часто диктует выбор дизайнерами слов(лексики) для украшения одежды.
4. На протяжении долгого периода господствовали надписи на латинице вследствие мировой распространённости английского языка.
5. Кириллица стала популярна в мире моды как экзотика, и популярность эта набирает обороты.
6. Иностранцы проявляют интерес к России и её самобытной культуре.
7. Несмотря на глобализацию, национальные особенности страны, её язык остаются интересны и уникальны для мирового сообщества.
8. Тема исследования может быть продолжена и расширена, поскольку лингвистический анализ надписей на русском языке представляет огромный интерес.

Литература

1-<https://nsportal.ru/ap/library/drugoe/2015/01/23/odezhda-govoryashchaya-po-angliyski>

2-<https://www.disput.az/index.php?app=forums&module=forums&controller=topic&id=1095833>

3-<https://www.liveinternet.ru/users/bo4kameda/post209139989>

4- <https://theblueprint.ru/fashion/cyrillic-in-fashion>

5- <https://otvet.mail.ru>

6- <https://touch.otvet.mail.ru>

7- <http://ves4i.com.ua/Supreme>

8- <https://модные-слова.рф>

9-<http://www.nasha-strana.info/archives/19998>

10-[https://www.disput.az/index.php?](https://www.disput.az/index.php?app=forums&controller=topic&id=1095833&module=forums)

[app=forums&controller=topic&id=1095833&module=forums](https://www.disput.az/index.php?app=forums&controller=topic&id=1095833&module=forums)

11- <https://sibac.info/studconf/hum/xxxvii/43737>

12- <http://iamfromkomi.ru/2012/07/13/filippova>

13- <http://www.nasha-strana.info/archives/19998>

Приложение