

# **Функционирование наименований современной модной обуви: от художественной литературы до интернет-мемов**

---

Анастасия Владимировна Вешнякова, Институт лингвистических исследований  
Российской академии наук (Россия, Санкт-Петербург), [anastation.14@mail.ru](mailto:anastation.14@mail.ru)

---

DOI: 10.31857/S013161170012125-6

---

**аннотация:** В статье представлены актуальные наименования обуви, которые активно функционируют в современном русском языке в различных источниках: в маркетинговой сфере, в магазинах обуви и в интернет-магазинах, включая посреднические торговые интернет-площадки (маркетплейсы типа WildBerries.ru, Беру.ру, Lamoda.ru и мн. др.), в рекламе, в передачах на телевидении, посвященных моде, в фильмах, в Интернете, в социальных сетях известных фотомоделей, в модных журналах и газетах, в интернет-блогах о моде, в художественной литературе — и по-разному обыгрываются или критикуются в интернет-мемах. Наименования обуви активно распространяются с помощью незамысловатых уловок продавцов как среди обычных потребителей, так и среди заинтересованной аудитории. Такой подход позволяет словам переходить в разряд общеупотребительной лексики. Большинство из них оказались лексическими заимствованиями, что обусловлено стремительным развитием международной индустрии моды. Некоторые названия обуви продолжают функционировать как дублирные или параллельные наименования, потому что носители языка не вполне различают похожие модели обуви. При этом во всех указанных

источниках самыми распространенными наименованиями обуви оказались *оксфорды*, *лоферы*, *броги*, *эспадриллы*, *мюли*, *дерби*, *сабо*, *бабуши*, что говорит об их усвоении в языке.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** названия обуви, новые слова, функционирование слов, современный русский язык, разговорная речь, заимствованная лексика, интернет-мем

**для цитирования:** Вешнякова А. В. Функционирование наименований современной модной обуви: от художественной литературы до интернет-мемов // Русская речь. 2020. № 5. С. 18–26. DOI: 10.31857/S013161170012125-6.

**благодарности:** Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта «Лексико-семантическая неология в русском языке XXI века» № 19-012-00494.

---

## Issues of Modern Russian Language

---

# Names of Modern Fashionable Footwear: from Fiction to the Internet Memes

---

Anastasiya V. Veshnyakova, Institute of Linguistic Studies of the Russian Academy of Sciences (Russia, Saint-Petersburg), anastation.14@mail.ru

---

**ABSTRACT:** The article presents the actual names of shoes which are actively used in modern Russian in various sources: in the field of marketing, in shoe stores and in online stores, including marketplaces such as WildBerries.ru, Беру.ру, Lamoda.ru, in advertising, on television, in fashion shows, in films, on the internet, in social networks of famous models, in fashion magazines and newspapers, in fashion blogs, in literature and internet memes. Names of shoes become more and more common among the common consumers and target audience. This allows words to move into the category of common vocabulary. Most of them turned out to be lexical borrowings, which is due to the development of the international fashion industry. Some shoe names

continue to function as double or parallel names, because native speakers do not quite distinguish between similar shoe models. Moreover, in all these sources, the most common shoe names were *oxfords*, *loafers*, *brogues*, *espadrilles*, *mules*, *derby*, *clogs*, which means that they are assimilated in the language.

**KEYWORDS:** shoe names, new words, functioning of words, modern Russian, speaking, borrowed vocabulary, internet memes

**FOR CITATION:** Veshnyakova A. V. Names of Modern Fashionable Footwear: from Fiction to the Internet Memes. *Russian Speech = Russkaya Rech'*. 2020. No. 5. Pp. 18–26. DOI: 10.31857/S013161170012125-6.

**ACKNOWLEDGEMENTS:** This research is supported by the grant from Russian Science Foundation, project “Lexico-semantic neology in the Russian language of the XXI century” № 19-012-00494.

**В** начале XXI века значительно увеличивается количество наименований обуви, что в целом обусловлено развитием международной индустрии моды. А за последнее десятилетие наименования обуви употребляются активнее, чем в предыдущие периоды.

Сегодня новые наименования обуви обнаруживаются преимущественно в маркетинговой сфере. Обувная лексика используется магазинами для того, чтобы привлекать внимание целевой аудитории и обычных покупателей. Магазины модной обуви стараются расширять ассортимент наименований моделей, не ограничиваясь словами (гиперонимами) типа *туфли*, *ботинки*, *ботильо/ё/ны*, *кроссовки*, *сапоги* и пр. Хотя, например, известное слово *ботильоны* — это конкретное наименование определенной модели обуви, которое уже прижилось в языке и вытесняет слово *полуботинки/полусапоги*. *Ботильоны* — это полуботинки, представляющие собой нечто среднее между туфлями и сапогами (англ. *ankle boots* — ботинки до щиколоток).

Чтобы привлечь внимание покупателя, магазины при входе или на заметном месте размещают баннеры с изображением обуви и ее названием, при этом они прибегают к помощи специалистов в области моды, известных дизайнеров и стилистов, экспертов в области модной обуви, чтобы реальным названием обозначить продаваемую вещь и чтобы усилить влияние на покупателей с помощью модного красивого слова, которое они тоже «продают»: *лоферы*, *броги*, *оксфорды*, *эспадрильи*, *дезерты*,

*мюли, сабо, челси, дерби, тимберленды, вансы, кроксы, бинкерштоки, винклер-пикер, джоггеры, казаки, крипесы, слипоны, слипперы, топ-сайдеры* и мн. др. Следовательно, такая лексика начинает использоваться все чаще и тем самым постепенно входит в общее употребление. Совершенно справедливо говорит о подобных ситуациях И. Б. Левонтина: «На первый взгляд кажется, что происходит “засорение” языка, что заимствуются совершенно ненужные единицы, что возникают смешные и уродливые новации. Однако более внимательное изучение новых явлений показывает, что те из них, которые легко приживаются, заполняют смысловые лакуны, возникшие в русском языке в последнее время — время перемен» [Левонтина 2012: 565].

Современные наименования обуви часто встречаются и на сайтах многих модных интернет-магазинов, например в известных российских магазинах Mascotte и Rendez-vous. На сайте Rendez-vous товар рассортирован по родо-видовому принципу: сначала в разделе «тип обуви» представлены известные гиперонимы обувных наименований (*балетки, босоножки, ботильоны, мокасины, ботфорты, кеды*), а затем магазин сортирует товар по видовому и подвидовому принципу: ботинки — *чакка, челси, казаки*; кроссовки — *кроссовки-носки* (новинка весны 2019 года, в мире английской моды их называют *хайтопы* или *снокеры*, но эти слова в рекламе пока что не встречаются, только в бьюти-блогах, на сайтах известных стилистов и пр.); полуботинки — *дерби, лоферы, монки, оксфорды, слиперы*; шлёпанцы — *мюли, сабо, бабуши*; далее наименования приводятся отдельно — *угги, топсайдеры, сникерсы, эспадрильи* и др. В магазине Mascotte аналогичное представление товара, при этом показательно, что большинство наименований находится в разделе «мужчинам». Также Mascotte предлагает купить свои товары на известных маркетплейсах (торговые посреднические интернет-площадки, которые предлагают купить товары у магазинов-партнеров) типа WildBerries.ru или Lamoda.ru. Следовательно, наименования обуви все активнее распространяются среди своих потребителей и среди заинтересованной в интернет-покупках аудитории, которая с помощью этих сервисов сможет узнать как об обуви, так и о слове.

Зачастую обувные названия появляются и в рекламе магазинов известных марок обуви. Например, магазин Zenden еще в 2017 году запустил видеорекламу по телевизору на популярных развлекательных каналах с моделями обуви, выделив на весь экран актуальные слова и их цену: *В коллекции вы найдете все тренды нового сезона: элегантные слиперы 599 Р, эффектные лоферы за 999 Р, модные дерби 1199 Р, стильные броги 1599 Р, мужские модные полуботинки 1199 Р.*

Новые наименования обуви звучат также с экранов телевизоров, в речи известных телеведущих. Например, в программе «Модный приговор» на Первом канале Александр Васильев и Эвелина Хромченко дают модные советы и всегда делают акцент на названии обуви. Такое функционирование обувной лексики в телевизионном формате также позволяет носителям языка узнавать и брать на вооружение новые названия определенной модели обуви.

Наименования обуви встречаются не только в фильмах о моде, но и в шпионских триллерах. Например, в знаменитом фильме режиссера Мэттью Вона о шпионах-джентльменах, вышедшем в 2015 и в 2017 гг. по комиксам Marvel «Kingsman: Секретная служба» (2015) и «Kingsman: Золотое кольцо» (2017), агент Галахад несколько раз на протяжении фильма говорит своему преемнику Эггси, когда обучает его искусству шпионажа: *Запомни, Эггси: оксфорды, но не броги!* Эти две модели обуви и, как следствие, два слова стали очень популярными и употребительными благодаря этому фильму.

Наиболее часто новые наименования обуви используются в модных журналах. В настоящее время их существует огромное количество, но некоторые имеют давнюю историю: «VOGUE», «COSMOPOLITAN», «ELLE», «BAZAR», «MARIE CLAIRE» и мн. др. Способ представления модной обувной лексики в них различный и зависит от замысла автора статьи, например, это может быть интервью со знаменитостями об их гардеробе. В этом случае автор будет уделять особое внимание словам для правильного обозначения вещи или, как это обычно для модных журналов, представлять модную лексику списком, а также рекламировать какой-либо бренд с помощью фотографии (образа) модели и указания на стоимость вещи: *На Ирине: свитшот Vans 8000 рублей, гловлеты Harinness 4000 рублей, чиносы от Burberry 38000 рублей, бельгийские лоферы от Armani 47000 рублей.* Здесь наименования обуви функционируют очень активно и адресованы просвещенному читателю. Известные фотомодели, по просьбе бренда или модного журнала, дают подобным образом рекламу в своих социальных сетях, особенно популярна сеть «Instagram». Поклонники/подписчики/фолловеры этих известных фотомоделей из гляцевых журналов узнают о наименованиях обуви, а затем начинают воспроизводить их в речи, тем самым увеличивая употребление новой обувной лексики.

Также местом активного употребления наименований обуви являются модные блоги, газеты и интернет-сайты о моде. Здесь часто можно найти рекомендации по подбору гардероба (что с чем носить и как это называется). Едва ли можно уследить за количеством статей в этих источниках: каждый день появляется огромное число новых публикаций

разного рода — от небольшого поста в «Инстаграме» до подробной статьи в газете. Таким образом, существование этой группы «модных советов» в разных источниках нельзя отрицать. Приведем несколько примеров из таких статей:

*К ним надевает кроссовки, кеды или удобные **лоферы*** (Полина Морозова. Что подарить на 8 Марта // Русский репортер. 2014);

***Монки и дерби** глубокого синего, черного или коричневого цвета из гладкой телячьей кожи или бархатистой замши станут отличными компаньонами как строгим классическим, так и более расслабленным «лукам»* (Потребление // Эксперт. 2015);

*Все они сильно отличаются друг от друга, не похожи на **классические кроксы**, но все эти башмаки дают неповторимые ощущения, по которым можно угадать — кроксы это или нет:)* Так говорит производитель (Дмитрий Росс. Кроксы — Блогеры-нюсмейкеры меняют репутацию резиновых башмаков // publicity.ru. 2012).

Если обратиться к Национальному корпусу русского языка (НКРЯ), можно обнаружить перечисленные наименования обуви в прозаических произведениях и в поэзии. Например, первым упоминанием слова *дерби* в значении обуви, а не английских лошадиных скачек, можно обнаружить у персонажа Федора Протасова в произведении Л. Н. Толстого «Живой труп» (1900), который говорит: *Ну постойте, я вас помирю. **Дерби** кто взял?*

Слово *дерби* встречается и в стихотворении «Эпиграмма в терцинах» О. Э. Мандельштама (1931):

Кто может знать, как одевался Барбий?  
Ведь англичанина не спросит внук,  
Как говорилось: «*дерби*» или «*дарби*»...  
А Вермель влез в Барбеевый сюртук.

Слово *сабо*, по данным НКРЯ, встречалось в поэзии с 1940 года и до 1970-х гг. было очень популярным (как модель обуви, так и слово). Например, у Е. Г. Полонской в стихотворении «В Польше» (1940):

Ничего, друзья мои, ничего!  
Франция вся ходила в *сабо*.  
Луи Капет был роскошным мужчиной —  
Все это кончилось гильотиной.

Как правило, лексика художественной литературы фиксируется толковыми словарями. Однако в отечественной лексикографии наименования обуви и модной одежды встречаются относительно редко, в отличие от зарубежной лингвистики, где такая лексика описывалась давно

и достаточно хорошо изучена. Интерес к этой лексике в России стал заметно проявляться в 90-е гг. XX века. В. В. Губина отмечает, что современный язык моды интересует российских лингвистов в основном «с точки зрения фиксации происхождения лексики данной сферы с акцентом на большой процент заимствований в ее составе из французского и английского языков, выявления особенностей освоения и употребления заимствованной лексики и уточнения ее значения» [Губина 2015: 30].

Некоторые названия обуви, которые были популярны в литературе советского периода, обнаруживаются в Малом академическом словаре: **«МОКАСИНЫ**, -син, *мн.* (*ед. мокасин*, -а, *м.*). 1. Мягкая, без твердой подошвы, кожаная обувь североамериканских индейцев, часто украшенная узорами. 2. Обувь из мягкой кожи с особым раскроем верха и носка. *Он покосился на Тулина: белая рубашка с закатанными рукавами, черные узенькие брюки, остроносые мокасины.* Гранин, *Иду на грозу.* [Англ. moccasins из алгонкинск.]» или **«САБО**, *нескл., мн., м. и ср.* *Башмаки на деревянных подошвах или выдолбленные из дерева.* [Франц. sabot]» [Евгеньева (ред.) 1999]. С правильным и наглядным толкованием, с указанием на происхождение значительная часть новых наименований обуви представлена в словаре Алекса Ньюмена и Заки Шерифа «Мода от А до Я (иллюстрированный словарь)», переведенном В. Степановой в 2010 году [Ньюмен, Шериф 2010].

Функционирование наименований обуви можно обнаружить в интернет-мемах, и это не случайно, т. к. в интернет-меме есть текст и изображение: вербальные и невербальные компоненты соединяются и образуют единое целое для понимания и восприятия [Вешнякова 2016: 35]. Наименования обуви в интернет-мемах, как и многие новые лексические заимствования, воспринимаются создателем и аудиторией негативно или иронично. В основном обувные названия в интернет-мемах обыгрываются в виде диалога, а изобразительная часть не всегда важна:

*История о том, как я штаны себе покупал.*

— *Девушка, можно мне померить вот эти брюки?*

— *Это чинос.*

— *Что?*

— *Ну вы про эти **слаксы**?*

— *А?*

— *Ладно, меряйте. Хотите подобрать к ним **эспадрильи**?*

— *Знаете, девушка, я, наверное, пойду (2018 г.).*

Отношение создателя интернет-мема к постоянному появлению в речи новых наименований одежды в целом в следующем примере представлено в виде монолога: *До сих пор не понимаю различие между **кардиганом, свитшотом, бомбером, толстовкой, пуловером, джемпером и худи.** Это всё «**кофта**», ребят! (2019 г.).*

Следующий диалог о функционировании наименований обуви имеет ироническую окраску (о широком употреблении в языке наименований вышедшей из обихода обуви с иронической окраской см. работу Э. Д. Хаустовой [Хаустова 2006: 51]):

— *Мам, купи мне какую-нибудь хайповую обувь!*

— *Чиревички*)))

— *Это бабуши, мам...* (орфография интернет-мема сохранена, 2019).

Интернет-мем в таком случае обязательно сопровождается фотографией (здесь — атласные остроносые *бабуши* в древнерусском стиле с расписными узорами). Черевички — это женские узконосые тапочки или ботинки. «Происхождение связано с “черевием” — кожей с “чрева” — брюха животного» [Вахрос 1959: 192].

Рассмотренные наименования обуви позволяют говорить об их активном употреблении в различных сферах коммуникации и, как следствие, о появлении их в речи носителей языка. Некоторые названия обуви продолжают функционировать параллельно из-за особенностей восприятия денотата: похожие модели обуви не соотнесены еще до конца с понятийным содержанием (сигнификатом), что говорит о проблеме усвоения обувной лексики (*мокасины/лоферы/топ-сайдеры; оксфорды/броги/дерби, сабо/мюли* и др.).

## Источники

НКРЯ — Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. URL: [www.ruscorpora.ru](http://www.ruscorpora.ru)

---

## Литература

- Вахрос И. С. Наименования обуви в русском языке. Ч. 1. Древнейшие наименования, до петровской эпохи. Хельсинки: [б.и.], 1959. 271 с.
- Вешнякова А. В. Лингвокреативный аспект интернет-мемов // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2016. № 4. С. 34–39.
- Губина В. В. Топология современного русскоязычного дискурса моды в аспекте перевода с английского на русский язык: дис. ... д. филол. наук / Мос. гос. ун-т. Москва, 2015. 275 с.
- Евгеньева А. П. (ред.). Словарь русского языка: в 4 т., изд. 4-е, т. 2. М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999. 736 с.
- Каргина Н. Г. Наименования обуви в русском языке // Русская речь. 2000. № 6. С. 72–75.
- Левонтина И. Б. Язык потребления (о некоторых новых явлениях в русском языке) // Константы и переменные русской языковой картины мира / под. ред. А. А. Зализняка, И. Б. Левонтиной, А. Д. Шмелева. М.: Языки славянских культур, 2012. С. 565–571.



- Ньюмен А., Шериф З. *Мода от А до Я (иллюстрированный словарь)* / перевод Степановой В. / под ред. Розановой Е. М. М.: АСТ, 2010. 256 с.
- Хаустова Э. Д. *Употребление устаревших наименований обуви в современном русском языке как пример проблемы «слова и вещи»* // Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». 2006. С. 51–57.

---

## References

- Evgen'eva A. P. (ed.). *Slovar' russkogo yazyka v 4 tomakh* [Dictionary of the Russian language in 4 volumes]. V. 2. 4<sup>nd</sup> edition, vol. 2. Moscow, Russkii Yazyk – Poligrafresursy Publ., 1999. 736 p.
- Gubina V. V. *Topologiya sovremennogo russkoyazychnogo diskursa mody v aspekte perevoda s angliiskogo na russkii yazyk*. Diss. dokt. philol. nauk [The topology of modern Russian-language fashion discourse in the aspect of translation from English into Russian. Dr. philol. sci. diss.]. Moscow, 2015. 275 p.
- Kargina N. G. *Naimenovaniya obuvi v russkom yazyke* [Names of shoes in Russian]. *Russkaya rech'*. 2000. № 6. Pp. 72–75. (In Russ.)
- Khaustova E. D. [The use of obsolete shoes in modern Russian as an example of the problem of “words and things”]. *Nauchnyi vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo arkhitekturno-stroitel'nogo universiteta*. Seriya “Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya”. 2006, pp. 51–57. (In Russ.)
- Levontina I. B. [Consumption language (about some new phenomena in Russian)]. [Constants and variables of the Russian language picture of the world]. Moscow: Languages of Slavic Cultures, 2012, pp. 565–571. (In Russ.)
- N'yumen A., Sherif Z. *Moda ot A do Ya (illyustrirovannyi slovar')*. [The fashion from A to Ya]. Russ. ed.: Stepanova V., ed. by Rozanova E. M. Moscow: AST, 2010. 256 p.
- Vakhros I. S. *Naimenovaniya obuvi v russkom yazyke. Ch. 1. Drevneishie naimenovaniya, do petrovskoi epokhi* [Names of shoes in Russian. Part 1. The oldest names, before the Petrine era]. Helsinki: [b.i.], 1959. 271 p.
- Veshniakova A. V. [Linguistic and creative aspect of internet memes]. *Aktual'nye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk*, 2016, no. 4. pp. 34–39. (In Russ.)