

муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение города Ростова-на-Дону  
«Школа № 6 имени Героя Советского Союза Самохина Н.Е.»

## ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ

на тему  
АНИМЕ И МОДА. ВЛИЯНИЕ ЯПОНСКОЙ АНИМАЦИИ  
НА СТИЛЬ ПОДРОСТКОВ

Выполнила: учащаяся  
10 А класса  
Решетникова Валерия

Научный руководитель:  
Лазуренко Ирина  
Николаевна

Допуск к защите \_\_\_\_\_

город Ростов-на-Дону, 2024

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение. Выбор и обоснование проекта .....	3
Глава 1. История аниме .....	4
1.1. Аниме от первых шагов до мировой известности .....	4
1.2. Первое появление японской анимации и первое мировое признание .....	4
1.3. Чем отличается аниме от других анимаций .....	5
1.4. Фестивали и косплеи .....	6
1.5. Основные тенденции в моде .....	6
1.6. Влияние «Сейлор Мун» на моду .....	9
Вывод к главе 1 .....	10
Глава 2 . Практическая часть – Проведение опроса среди моих знакомых подростков-фанатов аниме для выявления их предпочтений в одежде и гардеробе.....	11
Вывод к главе 2 .....	12
Заключение .....	13
Список литературы.....	13
Приложение .....	14
Приложение 1.1... ..	14
Приложение 1.2... ..	14
Приложение 1.4. ....	15
Приложение 1.5. ....	15
Приложение 1.6. ....	22
Приложение к 2 главе. Фото моих одноклассников .....	25

### Презентация к проекту17

1.1.....	.....
Аниме от первых шагов до мировой известности	
Первое появление японской анимации и первое мировое признание	
Чем отличается аниме от других анимаций	
Фестивали и косплеи	
Основные тенденции в моде	
Влияние «Сейлор Мун» на моду	
Мировые знаменитости - фанаты аниме	
Вывод по разделу .....	.....

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность исследования:** Аниме – это японская анимация, которая стала популярной во всем мире, особенно среди подростков.

Многочисленные фестивали и конвенты аниме собирают тысячи поклонников, а многие японские анимационные фильмы и сериалы становятся глобальными хитами. В последние годы наблюдается значительное влияние аниме на мировую культуру, на различные аспекты жизни подростков, включая моду и стиль одежды.

Тема является актуальной так как подрастающее поколение стало увлекаться японской анимацией и хочет выделяться среди своих сверстников

### **Проблема исследования:**

В этом проекте мы рассмотрим, как аниме влияет на выбор одежды и стиля подростков, а также проанализируем причины такого влияния.

**Объектом исследования** – влияние аниме на стиль одежды.

**Предметом исследования** – молодые люди носящие одежду с героями из своих любимых анимаций.

**Цель работы:** Исследовать взаимосвязь между просмотром аниме и стилем одежды среди подростков.

### **Задачи:**

1. Изучить самое популярное аниме среди подростков.
2. Выявление основных трендов и тенденций в моде, которые были вдохновлены японской анимацией.
3. Определить степень влияния японской анимации на формирование предпочтений в моде подростков.
4. Анализ существующих данных о взаимосвязи между просмотром аниме и стилевой ориентацией подростков.
5. Проведение опроса среди моих знакомых подростков-фанатов аниме для выявления их предпочтений в одежде и гардеробе.

**Ожидаемый результат:** Получение информации о том, как просмотр аниме влияет на формирование стиля и предпочтений в одежде у подростков, а также выявление наиболее популярных элементов гардероба и модных тенденций, вдохновленных японской анимацией.

**Гипотеза:** Просмотр аниме оказывает существенное влияние на стиль и предпочтения в одежде подростков, что проявляется в использовании элементов и образов из японской анимации при выборе повседневной одежды и аксессуаров.

### **Методы исследования:**

- Анализ источников Интернет ресурсов.
- Наблюдение: провести наблюдение за подростками
- Практическая работа – проведение опроса среди моих знакомых подростков-фанатов аниме.
- Представление продукта проектной деятельности и защита проекта.

### **Практическая значимость:**

Фокус-группы: собрать небольшую группу подростков, которые смотрят японскую анимацию, и провести обсуждение полученных результатов. В это время можно также проследить практическую значимость этого исследования.

## **Глава 1. История аниме**

### **1.1. Аниме от первых шагов до мировой известности**

Анимационная индустрия в Японии начала свое развитие в начале 20-го века с появлением первых студий и созданием первых анимационных фильмов.

В 1960-х годах аниме стало все более популярным в Японии и начало активно развиваться. Многие телевизионные шоу, основанные на аниме, стали по-настоящему популярными и привлекали огромную аудиторию. Однако аниме по-прежнему оставалось относительно малоизвестным за пределами Японии.

В 1980-х годах ситуация начала меняться, и аниме стало получать все большую международную популярность. Фильмы студии Гибли, такие как «Мой сосед Тоторо» (1988), привлекли внимание западных зрителей и открыли им двери в мир японской анимации (Приложение рис. 8, приложение рис. 9)

В 1990-х годах с появлением распространения интернета аниме стало доступным для всех. Веб-сайты и торрент-трекеры стали популярными способами обмена и просмотра анимационных фильмов.

Большое влияние на популяризацию аниме оказало появление фансаб-групп, которые переводили и субтитровали аниме на разные языки, чтобы оно стало доступным для международной аудитории.

Сегодня аниме пользуется огромной популярностью во всем мире. Многочисленные фестивали и конвенты аниме собирают тысячи поклонников, а многие японские анимационные фильмы и сериалы становятся глобальными хитами. Аниме оказало значительное влияние на мировую культуру, включая моду, музыку и другие формы искусства.

Таким образом, история аниме началась с первых шагов в Японии и постепенно развивалась, достигая мировой известности и популярности.

Анимация из Японии стала одним из ключевых аспектов японской культуры и продолжает радовать своих поклонников по всему миру.

### **1.2. Первое появление японской анимации и первое мировое признание**

С момента своего появления в начале 20 века, аниме достигло глобального признания и привлекло миллионы поклонников по всему миру.

В большинстве стран западной Европы, Северной и Южной Америки, аниме не только смотрят, но и активно изучают язык и культуру Японии. Многие японские слова и выражения, которые перекочевали в мировую культуру через аниме, стали повседневным явлением.

Одним из ключевых факторов успеха аниме в XXI веке является его разнообразие. Сегодня аниме охватывает самые разные жанры и тематики, от фантастики и фэнтези до романтики и приключений. Благодаря этому, аниме заинтересовало широкий спектр аудитории, включая не только японскую молодежь, но и людей по всему миру.

Аниме как масштабное явление возникло под влиянием японских комиксов (то есть манги). Если говорить об истоках, то можно сразу выделить несколько групп.

*Во-первых*, традиционная японская культура: иероглифическая письменность (в древности было принято добавлять иллюстрации в текст, получалось что-то вроде древних комиксов), театральные традиции и народное изобразительное

искусство (гравюры и иллюстрированные книги).

*Во-вторых*, особое влияние на развитие аниме оказала западная анимация (в том числе и комиксы). В 1945-м Япония потерпела поражение во Второй мировой войне, и ее территория оказалась под американской оккупацией, а на японском рынке появились зарубежные комиксы, анимация и кинематограф.

Вскоре японцы начали создавать собственную анимацию.

Так, в 1948 году появилась первая аниме-студия Nihon Douga Eiga. Изначально она специализировалась на создании короткометражных фильмов.

В 1956-м ее приобрела крупная компания Toei Animation, а спустя два года на экраны вышел первый полнометражный анимационный фильм «Легенда о Белой Змее» (Приложение рис.28).

### **1.3. Чем отличается аниме от других анимаций**

Аниме – исключительно рисованная анимация, и никакого разнообразия в типах не предполагает. Кроме того, абсолютное большинство японских шедевров, за исключением редких коммерческих сериалов, основаны на мангах, которые прошли испытание на популярность, например «Атака титанов» (2013), либо на играх.

Сюжеты мультфильмов чаще всего не требуют заранее подготовленной аудитории. В аниме много мистики, фантастики и фэнтези, однако то, что относится к реальной жизни, весьма достоверно и детально прорисовано. В том числе и негативные явления, за что японцев нещадно ругают: сцены насилия, проявления жестокости, черный юмор в изобилии присутствуют в фильмах некоторых жанров, а иные именно из всего перечисленного и состоят.

Другое дело, что внутри страны действует жесткая цензура, и по ТВ этого не увидишь, да и возраст аудитории вполне позволяет подобным интересоваться. Адаптированные для западного зрителя версии обычно не включают того, что может непривычных европейцев шокировать. Аудитория – преимущественно подростки и взрослые.

Среди персонажей почти не бывает антропоморфных животных. Реалистичные детали даже в фантастических сюжетах, натуралистичные изображения. Сценарии и режиссура максимально приближены к кино.

*Мультик*: Любая анимация (рисованная, компьютерная, кукольная, flash ит.д.). У большинства мультфильмов собственные оригинальные сценарии (или адаптированная классика). Аудитория преимущественно детская. В большинстве мультфильмов главные действующие лица – антропоморфные животные. Идеальные миры и абстрактная техника изображения.

Эксперт по аниме Такамаса Сакураи считал, что жанр получил популярность и массовое признание из-за его нетрадиционного характера: «Японское аниме нарушило соглашение о том, что мультфильм – это то, что смотрят только дети». И это правда! Если американская анимация создавалась в первую очередь для детей, то аниме было нацелено на подростков.

Другими словами, аниме – это не мультфильм в привычном понимании слова. Он отличается не только необычной рисовкой, но и взрослыми сюжетами.

В аниме, к слову, никогда не табуировалась тема смерти (это еще одно важное отличие от зарубежной анимации).

Что касается рисовки, то тут тоже есть несколько важных моментов. Особое внимание в аниме уделяется глазам, их аниматоры прорисовывают наиболее детально, так как именно они раскрывают характер персонажа и его эмоциональное состояние. Все остальное на лице персонажа второстепенно: нос изображается одной чертой, рот тоже не прорисован.

Еще одна отличительная черта— гипертрофированные эмоции, но это не выглядит странно, а воспринимается зрителями просто как неотъемлемая часть жанра.

Секрет популярности очень прост: оригинальные сюжеты, необычная рисовка и всевозможные жанры. В аниме есть драмы и триллеры, приключения, мелодрамы.

#### **1.4. Фестивали и косплеи**

Аниме-фестивали в Японии — это масштабные мероприятия, на которых собираются люди со всего мира, чтобы погрузиться в мир японской мультипликации. Неудивительно, что Япония считается родиной аниме, ведь этот жанр встречается во многих формах, с множеством жанров и стилей.

На аниме-фестивалях можно встретить много разных людей, от поклонников аниме до взрослых людей, которые просто любят японские культуру и фантастику.

Давайте рассмотрим несколько примеров аниме-фестивалей, проходящих в Японии.

*AnimeJapan* - один из самых крупных аниме-фестивалей в Японии, который проходит ежегодно в Токио. Этот фестиваль является главным показом аниме-продукции, на котором представляются новые телесериалы, фильмы, манга, игры и технологии. На *AnimeJapan* можно встретить множество любителей аниме, фанатов косплея и даже профессиональных аниматоров.

Во время фестиваля проходят множество мероприятий, включая семинары, презентации, конкурсы и соревнования, а также возможность встретиться с известными косплеерами и артистами.

*Anime Expo* — это один из крупнейших аниме-фестивалей в мире, который проходит в Лос-Анджелесе, но является японским до самого сердца. Этот фестиваль объединяет японскую и американскую аниме-культуры, представляя множество популярных японских аниме-сериалов и косплеев. На *Anime Expo* можно побывать на многих мероприятиях, таких как кинопоказы, семинары, подпись артистов, музыкальные выступления и конкурсы.

Этот фестиваль объединяет японскую и западную аудитории, расширяя границы мультикультурного обмена и популяризируя интерес к японской аниме-культуре и фантастике

#### **1.5. Основные тенденции в моде**

Одежда аниме персонажей является ключевым элементом их образа, отражающим их личность, профессию или статус. Стиль одежды аниме персонажей характеризуется сочетанием ярких и необычных цветов, нестандартных форм и силуэтов, а также экспериментами с различными видами тканей и принтами. Аниме-модные тренды могут включать в себя такие элементы, как экстравагантные платья, стильная мужская одежда, уникальная обувь и аксессуары, а также

яркий макияж и прически.

Аниме-стиль в одежде стал мощным источником вдохновения для многих дизайнеров и марок одежды. Такие известные мировые бренды, как Louis Vuitton, Prada и Gucci, активно использовали элементы аниме в своих коллекциях.

Аниме-мода также влияет на уличную моду, приобретая все большую популярность среди молодежи, которая хочет выразить свою индивидуальность и отличаться от общепринятых стандартов.

#### JoJo покоряет Gucci

Что ж, основы обсудили с вами. Теперь к чему-то более детальному.

Первый такой пример, это попсовая аниме серия JoJo. Именно благодаря ей о JoJo, мемасиках и аниме в целом знает практически каждый второй или третий.

Хирохико Араки, представивший нам «Невероятные приключения ДжоДжо» не скрывает, что в качестве идей для своих персонажей использовал близкие к реальным одежды из мировых показов мод.

Плотно сотрудничая с Италией, домом моды Gucci, Араки в 2013 году представляют линейку одежды той же стилистики, что и герои его манги (Приложение рис.17).

В отдельном выпуске манги "Так говорил Кишибе Рохан", мангака посвятил теме Gucci целую 5-ую главу. Она была опубликована в журнале мод Японии, Spur. Представители Gucci же опубликовали её в своём Facebook.

Журнал Spur (Приложение рис.20).

Такую незабываемую коллаборацию высоко оценили как в Штатах, Японии, Италии, так и по всему земному шару.

#### Аниме и Louis Vuitton

Как бы ни был хорош JoJo, эта идея - использовать моду с аниме не первая. Первым еще в 2002 году к идеи прибег японский художник и скульптор - Такаси Мураками. Совместно с Louis Vuitton он разрабатывает оригинальные модели дамских сумочек (приложение рис.21).

Этот аксессуар выделялся необычайно красивыми радужными рисунками на белой коже. Еще были представлены более традиционные модели сумок, подчёркивающих японскую культуру, а также, напротив, более современную культуру.

Louis Vuitton модели сумок совместно с Мураками (Приложение рис.21).

В качестве рекламы крутили короткометражные аниме для привлечения как детей, так и взрослых.

Не всем по духу такой рекламный ход, но Louis Vuitton не остановились на этом. Осенью 2020 года и весной 2021 года они устроили показ мод с отсылкой на массовую японскую культуру (приложение рис.19).

#### Акира коллаборирует с Supreme

В не таком далёком 2017 году Supreme обсудил сделку с Отомо Кацухиро (создателем манги "Акира"). Совместно с знаменитым в своих кругах французским художником Чарльзом Монтеверди, внёсшим в проект свои дизайнерские взгляды, выпускают наряды.

Отличительная черта серии стала доступность модельного ряда и его разнообразие. Заказать одежду мог любой по интернет-магазину Supreme, либо в фирменных магазинах в ЮСЕ, Англии, Париже.

Критика была разная от негатива до позитива, но как по нам, так это очень

крутая коллаборация, затрагивающая классический тайтл.

2017 Supreme feat Akira (Приложение рис. 22).

Другие участники рынка

В торговых центрах и крупных интернет-магазинах часто можно найти коллаборации с аниме. Возьмём тех же H&M, Uniqlo и Cropp. В их сезонных одеждах за последние 3-5 лет было представлено немало различной одежды с аниме тематикой (Приложение рис. 23).

Мы вовсе не удивимся, если будет еще больше и качественнее и, что немало важно, официально представлено одежды с любимыми нами тайтлами (Приложение рис. 24).

Так же существует более общедоступные коллаборация с аниме

Например, бренд магазина кроп (Приложение рис.25, 26, 27).

«Я — борец за добро и справедливость, прекрасный воин в матроске — Сейлор Мун! И я несу возмездие во имя Луны!», — восклицала Сейлор Мун, обращаясь к силам зла, угрожающим ее вселенной, а затем вступала в бой вместе со своей верной командой воительниц, выглядя при этом невероятно стильно.

Почти 30 лет прошло с того момента, как Усаги Цукино (альтер-эго Сейлор Мун) и ее подруги впервые сошли со страниц манги и появились на телевизионных экранах по всему миру, став бесконечным источником вдохновения для дизайнеров и поклонников «Сейлор Мун».

Сегодня для многих повседневная одежда героев сериала является подлинным источником современного уличного стиля. Фанаты Сейлор Мун внимательно следят и копируют наряды, которые Сейлор-воины носят в перерывах между битвами с монстрами и поцелуями при луне (Приложение рис. 25).

Влияние одежды аниме персонажей на модные тенденции становится все более заметным и широко воспринимается в обществе. Многие люди ищут индивидуальные и экспрессивные варианты одежды, которая помогает выразить их личность. Аниме-мода предлагает уникальные и креативные решения, позволяющие каждому быть оригинальным и заметным. Сначала аниме стиль и одежда вызвали недоумение у простых людей, но с выходом аниме произведений на большие экраны и опасением некоторых тайтлов, ситуация всё сильнее и стремительнее изменялась.

### ***Основные стили:***

- Гангуроили более лёгкий вид Гяру. Если Гяру стараются подражать европейским расам, краситься в белый цвет волос, иметь оттенок загара, то Речь о темнокожих, суперзагорелых дамах, которым усердно приходится работать над своим телом. Как правило загар имеет коричнево шоколадный или темно бронзовый оттенок (Приложение рис.10).

Этот тип людей характерен одеждой с кричащими тонами, майками и топами с вырезами, и образами аниме героев. Вырви глазного цвета туфли, босоножки, мини юбки, неправдоподобный и кричащий макияж, окрашенные волосы (Приложение рис. 11).

- Лолита как свежее видение стиля. Отойдём от классики литературного жанра с малолетней распутницей. Мы уверены, что многим из вас доводилось встречать в аниме "лолит". Это направление самое популярное - разделённое на около 40 подвидов (Приложение рис. 12).

- Один из наших самых любимых, некогда популярных в нулевых годах - готические лолиты, которые представлялись в тёмных тонах, мрачных красках и волосах, крашенных в чёрно-белый, красно-чёрный или красно-белый цвета. Пышные и часто кружевные платья в викторианском стиле с большой юбкой - отдельная фишка. Платья, похожие на кукол и длинные чулки с белыми носками под крутую и стильную обувь (Приложение рис.13).

- Косплей. По сути, это ни что иное, как играть в одежду. Играть в перевоплощение. Модели обычно делятся на два типа. Сейчас речь пойдёт не о качестве косплея, а о том, что первый тип старается максимально подробно передать оригинальный персонаж, детализируя и усложняя одежду, косметику, образ (Приложение рис.14).

### 1.6. Влияние «Сейлор Мун» на моду

Сегодня огромное количество девушек по всему миру подражают воительницам в манере одеваться. Стиль героев так привлекателен по многим причинам: это и разнообразие выбора, среди которого каждая может найти что-то свое, и популярность винтажной одежды, и желание отождествить себя с одной из протагонисток, умеющих дружить, любить и преодолевать собственные страхи.

С каждым днем в TikTok и инстаграме растет количество молодых девушек, воссоздающих моду «Сейлор Мун». На YouTube появляются видеоролики, в которых фанаты демонстрируют, как повторить классические наряды токийской моды 1990 годов, показанные в аниме. Киношные героини современности также вдохновляются образами воительниц в матросках (Приложение рис. 1).

Бренды также осознают силу влияния «Сейлор Мун». В 2019 году Uniqlo UT выпустил коллекцию футболок белого, нежно-розового, глубокого синего цветов, украшенных изображениями героев и пейзажами из сериала (Приложение рис. 2).

Позже о сотрудничестве с франшизой объявила косметическая компания ColourPop. В то время как посты бренда в инстаграме обычно собирали от 50 000 до 100 000 лайков, сообщение о сотрудничестве с франшизой набрало почти 400 000 лайков. И не удивительно, что линия, включающая палитру теней для век, наборы блесков для губ, глиттер для тела и румяна, была распродана в считанные секунды.

В прошлом году популярность «Сейлор Мун» была вновь доказана благодаря KITH. Бренд отпраздновал 25-летие выхода сериала в США яркой коллаборацией KITH x Sailor Moon. Поклонники аниме смогли стать обладателями худи и свитшотов с Усаги Цукино и другими воинами в матросках (Приложение рис. 3, рис. 7).

Как и в случае с ColourPop, посты KITH, которые часто собирали от 1000 до 2000 лайков каждый, за неделю набрали более 20 000 лайков. Сама коллекция была распродана в течение нескольких секунд после ее выхода онлайн. Интерес зрителей к «Сейлор Мун», кажется, сохранится еще надолго.

О этом также говорит выпущенное в июне стриминговой площадкой Netflix новое полнометражное двухсерийное аниме «Красавица-воин Вечная Сейлор Мун. Фильм».

Главный секрет успеха такой популярности «Сейлор Мун» – это создание

неидеальных персонажей, чьи проблемы и боль откликаются у многих. Усаги Цукино в первую очередь не супергероиня, а обычная девушка, каких миллионы. Между ней и зрительницами существует только одно различие – Сейлор Мун владеет волшебной призмой для перевоплощения (Приложение рис 4, 5, 6).

#### **Вывод к главе 1:**

Таким образом, аниме стало неотъемлемой частью современной мировой культуры. Оно оказывает значительное влияние на различные сферы жизни, изменило восприятие культуры Японии и является узнаваемым символом страны по всему миру.

## Глава 2.

### Практическая часть – Проведение опроса среди моих знакомых подростков-фанатов аниме для выявления их предпочтений в одежде и гардеробе

Для того, чтобы выявить отношение молодежи к акцентам в одежде в стиле аниме, проводилось анкетирование на базе старшей школы №6 города Ростова на дону и на специализированных аниме-сайтах. Ответы на анкету приходили и на электронную почту автора работы.

В анкетировании приняли участие 140 человек.

Среди респондентов были молодые люди в возрасте от 14 до 18 лет, в том числе 77 девушек (55%) и 63 юноши (45%).

Респонденты назвали источники своих знаний о данной субкультуре, среди которых:

- Интернет (64 человека – 46%),
- личное общение с любителями аниме (54 человека – 39%),
- сведения из средств массовой информации (12 человек – 9%).
- Часть респондентов посещает аниме-фестивали, либо их отслеживает – 17 человек (12%).

Можно сделать вывод о том, что источниками знаний о субкультуре аниме являются те, что используются молодежью в повседневной жизни.

Также респонденты выразили свое отношение к субкультуре аниме. По их мнению, аниме является:

- способом приятного времяпрепровождения – 64 человека (46%);
- возможностью познакомиться с японской культурой – 33 человека (24%);
- попыткой уйти от проблем реального мира – 15 человек (11%).
- Семь человек затруднились с ответом (5%).

Достаточно большое количество опрошенных, как видно из результатов анкетирования, испытывают интерес к аниме, причем этот интерес среди лиц как женского, так и мужского пола. (приложение рис 34)

На вопрос «Смотришь ли ты аниме?» утвердительно ответили 87 человек (62%), в том числе 50 девушек и 37 юношей.

Наиболее популярными жанрами стали:

- романтика (23 человека), комедия (17 человек), мистика (15 человек),
- меха 1 (12 человек), сёнен 2 (14 человек), сёдзё 3 (12 человек),
- фантастика (12 человек), драма (10 человек).

Эти данные говорят о том, что многообразие жанров аниме позволяет каждому человеку найти что-то свое, в соответствии со своими предпочтениями и интересами.

Респондентам был задан вопрос о том, как общество относится к представителям субкультуры аниме. По мнению участников анкетирования, люди относятся:

- отрицательно – 4 человека (3%);
- нейтрально или положительно – 40 человек (29%);
- по-разному – 45 человек (32%).

Эти данные говорят о том, что нет активного отторжения или неприятия обществом субкультуры аниме.

И задался главный вопрос проекта: «как вы относитесь к вещам, которые имеют атрибуты в стиле аниме?». Ответы распределились следующим образом:

- нейтрально относятся – 78 человек (56%);
- положительно относятся – 29 человек (21%);
- отрицательно относятся – 33 человека (23%).

Можно сделать вывод, что у большей части респондентов (77%) нет особого отторжения или неприязни к использованию различных деталей одежды (хотя 23% эту неприязнь все же испытывают).

Так же я решила задать такой вопрос: «Имеете ли вы в своем гардеробе хотя бы одну вещь со стилистикой японской анимации?». (приложение рис. 30)

Ответы опрошенных были такими:

- Да, имею одну вещь – 33 человека (23%),
- Да, имею больше одной – 33 человека (23%)
- Нет, не имею, но хотел/а бы приобрести – 15 человек (16%)
- Нет, не имею и не хотел/а бы приобретать – 64 человека (46%)

Эти данные не случайны, так как именно в молодом возрасте есть стремление найти себя, желание утвердиться во взрослом мире. Личностное самоопределение происходит через выбор факторов, способствующих формированию чувства уверенности в себе. А это и поиск равных себе по положению, и стремление найти себя через общение с чем-то новым, неизведанным, расширить свой кругозор. (приложение рис.32)

Одним из проявлений субкультуры аниме является косплей.

Респонденты отвечали на вопрос «Является ли косплей частью жизни анимешников?».

Большинство представителей субкультуры (53 человека – 65%) считают, что переодевание в героев аниме и вживание в их образы является добровольным делом. А некоторые (13 человек – 16%) думают, что участвовать в косплее необязательно.

Эти данные позволяют сделать вывод, что, в отличие от представителей других субкультур (например, готов или эмо), для представителей данной субкультуры детали внешнего вида не являются культом. (приложение рис.31)

В последнее время в разных городах проходят аниме-фестивали, что говорит о постепенном распространении субкультуры в молодежной среде. Одним из вопросов анкеты был «Следите ли вы за аниме-фестивалами, проходящими в вашем городе?». Получены следующие ответы:

- да, отслеживаю – 28 человек (20%);
- нет, за этим не слежу – 90 человек (64%);
- в моем городе не проводятся аниме-фестивали – 22 человека (16%).

Данные анкеты показывают, что фестивали проходят, в основном, в крупных городах, где молодежь проявляет интерес к аниме (Приложение рис. 29).

### **Вывод к главе 2:**

В этой главе я узнала предпочтения людей в фокус-группе на предмет вещей в стиле в аниме в гардеробе. Я узнала, что большая часть людей любит смотреть аниме в качестве приятного времяпрепровождения.

Так же данные говорят о том, что нет активного отторжения или неприятия обществом субкультуры аниме. Можно сделать вывод, что, в отличие от предста-

вителей других субкультур, для представителей данной субкультуры детали внешнего вида не являются культом.

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Я довольна своей проделанной работой. Я читаю, что у меня все получилось. Над этим проектом я довольно долго работала, так как не хватало времени из-за учебы, но исследования и опрос я проводила с удовольствием.

Все задачи, которые я перед собой поставила, я считаю, что их выполнила.

Я узнала, что большая часть людей любит смотреть аниме в качестве приятного времяпрепровождения, что аниме стало неотъемлемой частью современной мировой культуры.

Оно оказывает значительное влияние на различные сферы жизни, изменило восприятие культуры Японии и является узнаваемым символом страны по всему миру.

Я сама с удовольствием ношу одежду с символами из любимых аниме. (приложение рис. 33)

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. «Как аниме повлияло на продвижение моды и одежды» <https://dzen.ru/a/YPz9uBArh1F2c5aW> дата посещения 27.12.2023
2. «Как сериал «Сейлор Мун» повлиял на моду» <https://mcmag.ru/kak-serial-sejlor-mun-povliyal-na-mody/> дата посещения 24.11.2023
3. «Стиль одежды аниме персонажей: особенности и тренды» <https://xiaomi-1.ru/stil-odezdy-anime-personazei-osobennosti-i-trendy> дата посещения 27.12.2023
4. «Влияние аниме на современное общество» [https://dzen.ru/a/ZD8eWneTdhaB8G\\_0](https://dzen.ru/a/ZD8eWneTdhaB8G_0) дата посещения 27.02.2024
5. «Как аниме стало неотъемлемой частью мировой культуры?» <https://peopletalk.ru/article/kak-anime-stalo-data-posещения-neotemletoj-chastyu-mirovoj-kultury/> дата посещения 27.02.2024

## ПРИЛОЖЕНИЕ Приложение к 1.1.

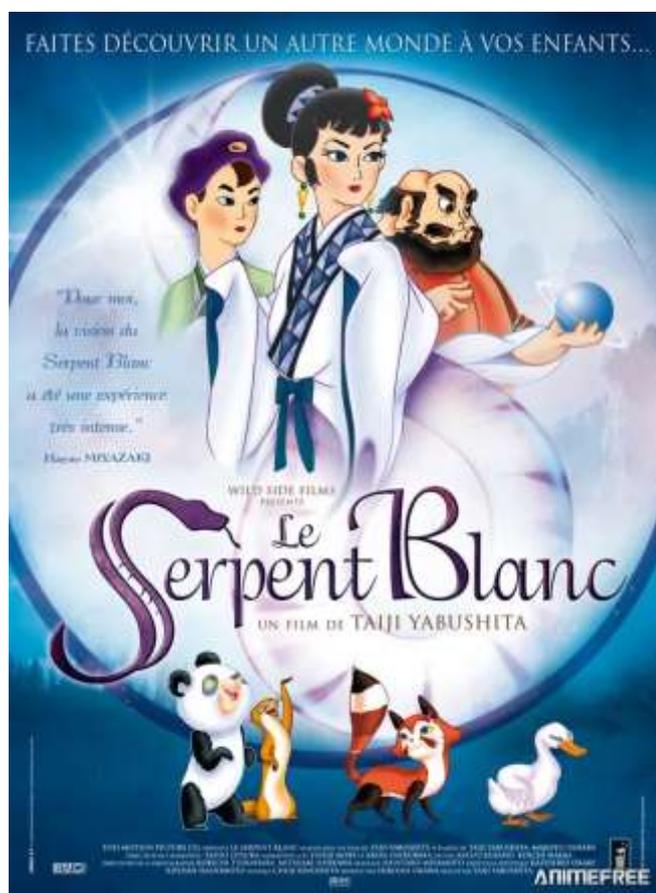


Рис.8. Первое популярное аниме «Мой сосед Тоторо».



Рис.9. Кадр из аниме «Мой сосед Тоторо».

## Приложение к 1.2.



**Приложение к 1.4.**



**Рис.14. Косплей.**

**Приложение к 1.5.**



**Рис.10. Гангуро или более лёгкий вид Гяру.**



Рис.11. Гангуро или более лёгкий вид Гяру.



Рис.12. Лолита как свежее видение стиля.



Рис.13. Косплей.



Рис.17. 5ая глава манги.



Рис.18. Вдохновленные образы.



Рис.19. Вдохновленные образы.



Рис.20. Журнал Spri.r.



Рис.21. Louis Vuitton модели сумок совместно с Мураками.



Рис.22. 2017 Supreme feat Akira.



Рис.23. 2017 Supreme feat Akira.



Рис.24. 2017 Supreme feat Akira.



Рис.25. Одежда из магазина кроп.



Рис.26. Одежда из магазина кроп.



Рис.27. Одежда из магазина кроп.

## Приложение к 1.6.



Рис.1. «Сейлор Мун».



Рис.2. Uniqlo UT выпустил коллекцию футболок с героями из «Сейлор Мун».



Рис.3. Uniqlo UT выпустил коллекцию футболок с героями из «Сейлор Мун».



Рис.4. Косплей на одну из героини аниме «Сейлор Мун».



Рис.5. Наряды главных героинь в аниме «Сейлор Мун».



Рис.6. Наряд вдохновленный сериалом «Сейлор Мун».



Рис.7. Кадр из аниме «Сейлор Мун».



Рис.28. Аниме «Легенда о Белой Змее».

**Приложение к 2 главе. Фото моих одноклассников**



Рис.29. Одноклассник.

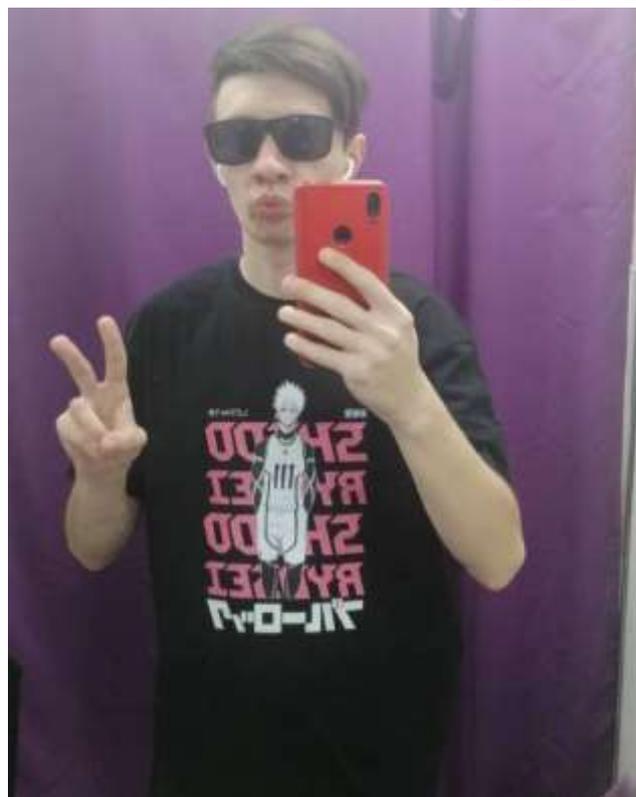


Рис 30. Человек проходивший Анкетирование.



Рис.31. Человек проходивший анкетирование.





Рис. 34 мой одноклассник