
Выполнила :
Алексеева А.
Руководитель:
Жвирко А. В.

Незаменимым атрибутом молодежного гардероба в настоящее время является одежда с украшениями в виде надписей. Они могут сказать нам многое о человеке, в частности, о возрасте, об уровне владения английским языком, а также о сфере интересов своего владельца. И достаточно большое количество школьников до конца не понимают смысл написанного на английском, тем не менее, носят потому, что они модны, красивы или еще по каким-то другим причинам. Большинство учащихся не придают особого значения надписям на их одежде, которые в свою очередь могут содержать непристойный и обидный смысл, грамматические и орфографические ошибки.

Актуальность выбранной темы состоит в том, что футболки с надписью стали неотъемлемой частью гардероба современного человека. Это может раздражать, удивлять, привлекать... Майка стала в некотором смысле трибуной или сценой, с высот которой человек имеет возможность без лишнего шума и тактично, но и выразительно сказать всему окружающему миру о специфике своего характера.

Новизна данной исследовательской работы определяется изучением и выявлением содержания надписей на футболках.

Объектом работы являются тексты, извлеченные из надписей на английском языке, встречающихся на футболках.

Предметом исследования нашей работы является та информация, которую несут надписи на одежде.

Цель – выявить основную тематику текстов, встречающихся в надписях и продемонстрировать на конкретном фактическом материале наиболее активные надписи в одежде учащихся нашей школы и их родителей.

В соответствии с данной целью в работе предполагается решить следующие **задачи**:

1. Изучить научную литературу по вопросу.
2. Собрать наиболее частотные надписи на футболках.

При написании научно-исследовательской работы применялись, в их взаимосвязи и взаимодействии, следующие **методы**: экспериментальный для проведения анкетирования и определения зависимости надписи на футболке от возраста респондента, описательный, предполагающий анализ языковых факторов, их классификацию, типологическое обобщение, сравнительно-типологический, предполагающий сопоставительный анализ отобранных надписей.

1. Шестидесятые годы прошлого столетия, движение хиппи и пацифистские лозунги явили миру длинноволосых людей в ярких футболках, надписи на которых кричали громче, чем через самый мощный громкоговоритель. К надписям на заборах добавились надписи на футболках.
2. Также одной из причин возникновения надписей на футболках стала жизненная насущная необходимость. Демонстрантам, протестующим против режима властей, показалось, что кричащих надписей на транспарантах будет мало. Так антивоенные лозунги переместились «ближе к сердцу» и стали писаться на груди манифестантов – черными буквами по «полю» белой футболки.

Принт — изображение (рисунок, надпись или фотография), нанесенное определенным способом на ткань (вышивка, прямая печать на ткани, термотрансфер), бумагу или другую поверхность.

1. По целевой аудитории.

Футболки ориентированы на определенную аудиторию: тинэйджеров, мужчин или женщин, представителей субкультуры, фанатов и т.д. Если надпись вызвала у вас неприятие, то вполне возможно, что вы просто не принадлежите к той социальной группе, на которую рассчитана данная футболка.

2. По функциям и целям.

Футболки, рекламирующие товарный знак, событие, праздники т.п.

Антибренд (*Pumba, Botanik, Adidanic*)

Любовь (*I love you, All you need is love, True love*)

Туристические (*Danger – Russian tourist, Welcome to the jungle, Hawaii*)

Праздники (*I can always make you smile, Have a happy tree friends holiday, Save me*)

Автомобильные (*Ferrari, Audi, Nissan*)

Астрономия, космос (*GaGарин is style, Space inside, Destination moon, Darth side of the moon*)

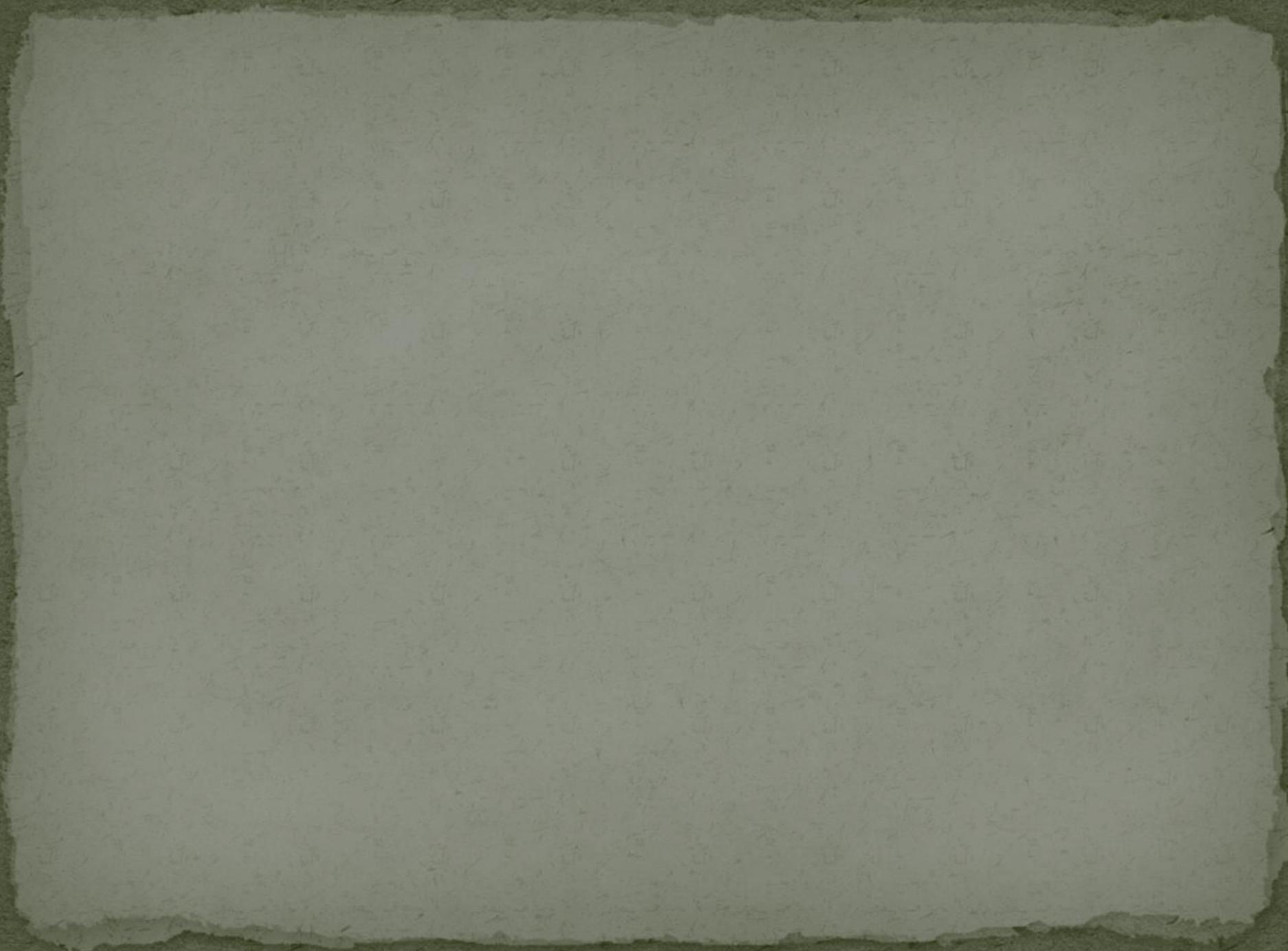
Спорт (*Love football, Champions League, Snowboard*)

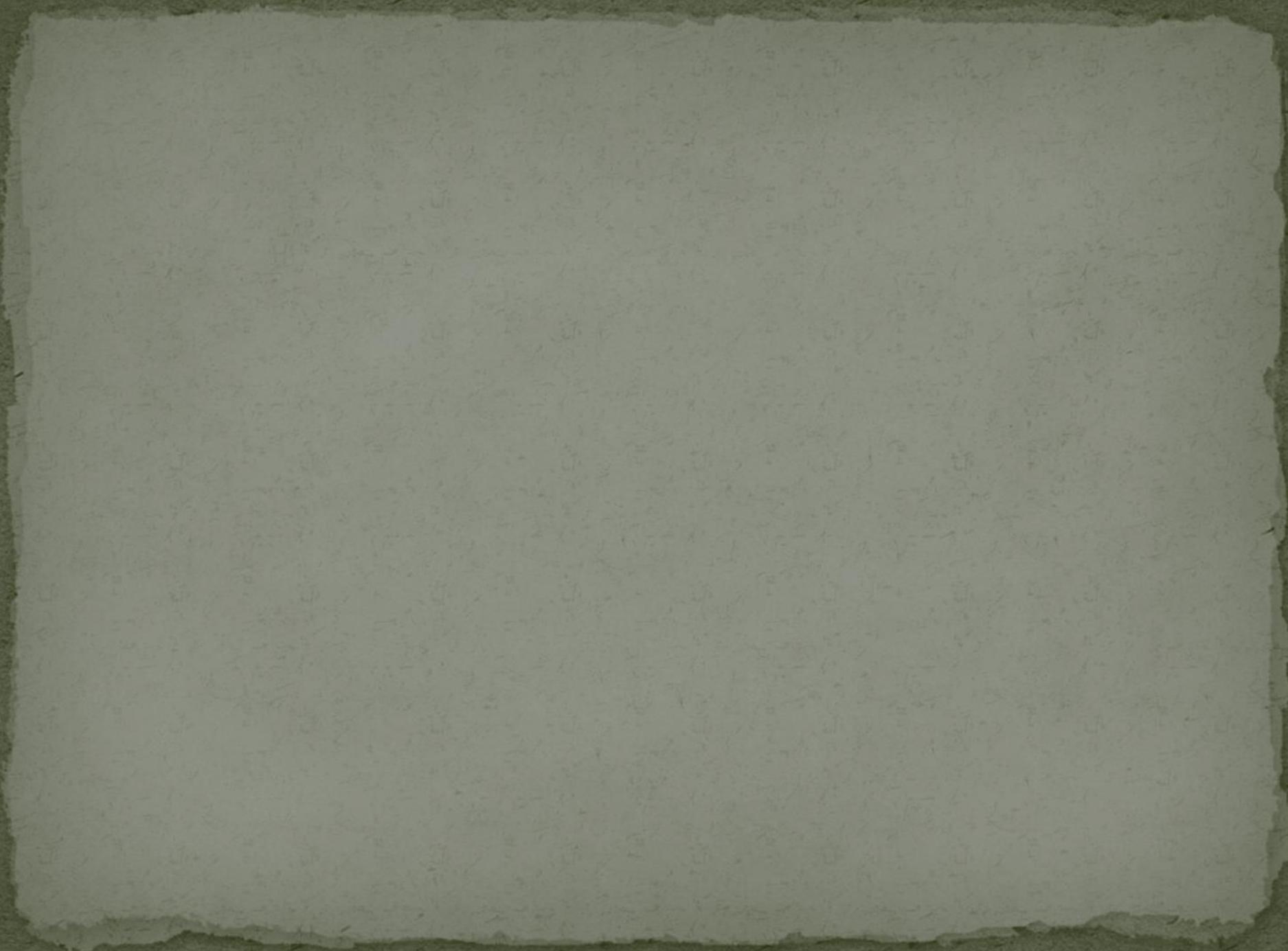
Музыка (*Michael Jackson is king of pop, I love rock, The Beatles*)

Игры (*Counter Strike, Stalker, Human*)

Кино, мультфильмы, ТВ (*Transformers, Walt Disney pictures, The Simpsons*)

Детские (*Ice age, Bad girl, Winx*)





- игра слов (каламбур) и образов:

Stupid is as stupid does , Frankie says Relax

-искажение правописаний и

ИДИОМ - *Happy tree friends, (вместо Happy
Three friends, In Guus we Trust (вместо In
God we Trust)*

- **Парцелляция** (*Put Out or Get Out*)
- **Параллелизм** (*Life is a game.*)
- **Повтор** (*Friends don't let friends get a dog*)
- **Инверсия** (*We'll do things my way,*)
- **Окказионализм** (*Don't bug me!*)
- **Усечение** (*I'll be dance...*)
- **Антитеза** (*The more people I meet... The more I like my dog*)
- **Олицетворение** (*Happiness is yelling Bingo*)
- **Номинативные предложения** (*My ideal life.*)
- **Риторические вопросы** (*Do I Look Like a People Person?*)
- **Восклицательные предложения** (*I'm the best!*)

Основываясь на данных анкетирования, можно заметить, что набор слоганов у разных возрастных групп респондентов отличается.

Наиболее активные рекламные тексты в речи тинэйджеров короткие, запоминающиеся, яркого, веселого, жизнерадостного содержания, построенные самыми простыми способами.

Для «родителей» характерны напротив тексты, имеющие глубокую информацию о каком-либо товаре или устройстве, необходимом для жизнедеятельности.

Принт на футболках подростков в основном посвящен различным играм и видам спорта, любовной тематике, популярным фильмам, или просто надписям, которые затруднительно соотнести конкретной тематике, порой лишенной всякого смысла. Футболки одеваются с целью привлечь к себе внимание.

