**Министерство просвещения Российской Федерации**

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

**«Московский педагогический государственный университет»
Лицей МПГУ**

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

на тему:

**ЗАВИСИМОСТЬ ВЫБОРА ОДЕЖДЫ С ИНОСТРАННЫМИ НАДПИСЯМИ ОТ УРОВНЯ ЗНАНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА СРЕДИ УЧАЩИХСЯ ЛИЦЕЯ**

Выполнила

Ученица 8 класса

Пименова Надежда Николаевна

Научный руководитель:

Учитель немецкого и английского языка

Коваль Луиза Игоревна

Допускаю к защите \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

(подпись)

Оценка руководителя \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

Москва, 2024

**Содержание**

[Введение 3](#_Toc157871769)

[1. Эволюция надписей на одежде 5](#_Toc157871770)

[1.1. История возникновения надписей на одежде 5](#_Toc157871771)

[1.2. Функции надписей на одежде 5](#_Toc157871772)

[2. Факторы, оказывающие влияние на подростковую моду 9](#_Toc157871773)

[3. Исследование среди учащихся Лицея МПГУ 11](#_Toc157871774)

[Заключение 18](#_Toc157871775)

[Список литературы 19](#_Toc157871776)

# Введение

Самовыражение стало одной из духовных ценностей много лет назад. Сейчас практически каждый человек понимает, насколько важно показать свой внутренний мир через искусство, музыку, поведение и даже одежду. С появлением надписей на одежде в 60-ых годах XX столетия, люди научились показывать своё «Я», благодаря элементам одежды. Однако не только одежда играет главную роль в таком сложном процессе. Среди подростков становятся популярными различные фильмы, сериалы, книги и культура других стран, начинают появляться сленговые слова и выражения в общении. Совмещая эти два элемента, получается, что подростки хотели бы самовыражаться через одежду, так как это облегчило бы их задачу. Но человек не может знать все языки, что усложняет задачу в выборе одежды. Зачастую кому-то может понравиться футболка или кофта с надписью на иностранном языке, но из-за отсутствия достаточного количества знаний, может произойти неприятная ситуация, если вдруг текст окажется не совсем правдивым или вежливым. Поэтому для дизайнеров очень важно определить, действительно ли зависит выбор от знания языка или люди выбирают то, что больше понравилось, не задумываясь о смысле.

**Актуальность** данной работы заключается в том, чтоодной из самых важных тем в социальном ориентировании в образовательных организациях является проблема самоидентификации, которая выражается в том числе и в одежде подростка. Результаты данной работы помогут понять, задумываются ли школьники о содержании надписей на одежде или же вовсе не задумываются об их смысле, ориентируясь на другие факторы при выборе одежды.

**Цель:** выявление взаимосвязи выбора одежды с надписями на иностранном языке среди учащихся Лицея с уровнем знания иностранного языка.

**Задачи:**

1. Проследить историю возникновения надписей на одежде.
2. Описать функции надписей на одежде в различные эпохи.
3. Определить, что влияет на подростковую моду.
4. Произвести классификацию надписей на одежде.
5. Провести анкетирование среди учащихся Лицея и сделать выводы на основе полученных данных.

**Объект:** иноязычные надписи на одежде учащихся Лицея.

**Предмет:** Корреляция между уровнем знания иностранного языка среди учащихся лицея и их предпочтениями в выборе одежды с иностранными надписями.

**Гипотеза:** выбор одежды с иностранными надписями не зависит от знания данного языка.

**Методы исследования:**

* наблюдение за учащимися Лицея МПГУ;
* анкетирование среди учеников;
* анализ и синтез данных, полученных в ходе проведения исследования.

# Эволюция надписей на одежде

## История возникновения надписей на одежде

Первые надписи на одежде появились ещё в Древней Греции, когда на поясах стали вышиваться инициалы владельца вещи. Затем на многих портретах итальянских и немецких художников конца XV-начала XVI веков были видны имена или девизы знатного рода, вписанные в орнамент мужских рубашек и корсажи женских платьев. Во времена Второй мировой войны американские военнослужащие начали писать на своих белых майках номера военных частей, названия подразделений и модели оружия. В СССР такие майки пришли сперва к футболистам, поэтому спустя время они и получили название «Футболка», выходя из рамок формы и чаще появляясь в повседневном гардеробе. Надписи со смыслом начали появляться в 60-ых годах XX столетия, времена хиппи. Изначально они начали просто раскрашивать футболки во все цвета радуги, не жалея краски [3]. Так как смысл жизни хиппи заключается в поисках свободы, счастья и любви, а также отсутствии любого насилия, самым известным слоганом, который появился тогда на одежде, стала фраза «Make love, not war», которая переводится «Любите, а не воюйте» и была создана против войны во Вьетнаме [2]. В следующем десятилетии впервые обрели популярность футболки с названием музыкальной группы, которая нравилась обладателю вещи. Уже тогда люди начали упрощать себе жизнь, рассказывая без слов о своих предпочтениях. Но надписи на одежде имели развитие и в туристической сфере, когда в 70-ых годах ХХ века появились футболки со словами «I love New York» с переводом «Я люблю Нью-Йорк» или любой другой город, которые сыграли важную роль в поддержке населения после терактов в конкретных населённых пунктах [2].

## Функции надписей на одежде

Первое время после появления символов на одежде они указывали лишь на принадлежность к знатному роду или сферу работы у ремесленников. Вплоть до XX века практически ничего не менялось, впоследствии вместо знатного рода стали писать название бренда [3].

Далее, благодаря надписям, стали освещать проблемы человечества, писали лозунги и агитации, что и по сей день является неотъемлемой частью моды. Появились футболки с названием любимых музыкальных групп и жанров, городов и стран [4].

Выделяют несколько прагматических функций надписей на одежде [2]:

* самопрезентацию;
* апеллятивность;
* эпатаж.

*Самопрезентация* заключается в управлении впечатления о себе с помощью стратегий поведения, рассчитанных на предъявление своего внешнего вида окружающим. *Апеллятивность* формирует намерение носителя побудить окружающих людей слоган к выполнению действий, которые довольно значимы с позиции морально-этических убеждений адресанта. Функция *эпатажа* привлекает внимание адресата к носителю одежды с надписью, оказать на читающих этот текст эмоциональное влияние вне зависимости от смысла и содержания сообщения [2].

В самопрезентации можно выделить ещё несколько подфункций [2]:

1. выражение отношения к себе;
2. выражение отношения к другим людям;
3. выражение отношения к миру;
4. выражение личностных преференций.

В надписях первой подфункции с иронией рассказывают о собственных несовершенствах, неаккуратности, вкусах, уровне интеллекта, действиях и привлекательности, например [2]:

* «Me sarcastic? Never» (Я саркастичен? Нисколько);
* «I’m kind of a Big Deal» (Я в какой-то степени важная персона);
* «I’m in shape, Round is a shape» (Я в форме, круг – это форма).

Второй подтип заключается к распространению текста с готовностью к общению, отношению к критике и людям, со словами о материнской и отеческой любви и заботе, с иронией к склонности и чрезмерному вниманию к противоположному полу и различиями между ними, как пример [2]:

* «Let’s talk type» (Давай пообщаемся);
* «Haters gonna hate» (Ненавистники будут ненавидеть);
* «I hate everyone» (Я ненавижу всех).

В следующей подфункции демонстрируются надписи с показом патриотизма, иронией к классическим научным постулатам, значимостью и уникальностью научных знаний, любовью и позитивными намерениями к природе и миру в целом, пример [2]:

* «Faith. Hope. Love.» (Верь, надейся, люби);
* «Science. It’s like magic but real» (Наука – это как магия, существующая в реальности);
* «Nature» (Природа).

В последней подфункции пишут о преференциях к получению удовольствия, эмоций, вредных привычках, разрушающих человека изнутри, предпочтении определённых продуктов питания, склонности к социально опасному поведению, например [2]:

* «Pizza fixes everything» (Пицца уладит всё);
* «Sorry for party» (Простите за вечеринку);
* «Flamingo social distancing» (Социальная дистанция фламинго).

К подфункциям *апеллятивности* относят стремление или призыв к контакту с противоположным полом, гуманному отношению друг к другу, деятельности и активному образу жизни, что немало важно в современном мире, и тактильному контакту, пример [2]:

* «Free Hugs» (Бесплатные объятия);
* «When in doubt – travel» (Когда сомневаешься – путешествуй);
* «Kiss me, I’m human» (Поцелуй меня, я человек).

Надписи подфункций *эпатажа* привлекают внимание с помощью экспрессии и амбивалентности смысла, что заставляет человека, читающего текст на одежде, задуматься о проблеме, восхититься или удивиться, например [2]:

* «Stay humble, hustle hard» (Будь скромным, но упорно иди вперёд);
* «Zombies hate fast food» (Зомби ненавидят фастфуд);
* «Cute and crazy» (Милый и сумасшедший).

# Факторы, оказывающие влияние на подростковую моду

В первую очередь на подростковую моду влияет общественное мнение, которое встречается в общественном транспорте, школе, местах дополнительного образования – везде. Другие люди могут не высказывать своё недовольство по поводу чужого внешнего вида, но по их взгляду, действиям и эмоциям становится всё понятно. Подростки боятся увидеть осуждение в глазах незнакомцев и своих сверстников, поэтому они начинают ориентироваться на более опытных в этом деле людей. Несомненно, воздействует так же и желание выделиться из однотонной толпы, показать свою натуру, благодаря чему школьники могут ярко одеваться, привлекая внимание. Ещё один фактор – журналы, видеоблоги и даже вывески в магазинах. Зачастую на фотографиях оказываются одни и те же модели, являющиеся неким стандартом красоты, на который стараются равняться. И не последнюю роль в выборе стиля играют блогеры, певцы и артисты, постоянно обновляющие свой гардероб и показывающие это на камеру. Подростки наблюдают за этим, и им хочется стать хотя бы немного похожими на своих кумиров [5].

Мы смогли выделить следующие категории надписей на одежде:

* + - * название музыкальной группы, кинофильма, мультфильма, компьютерной игры и тому подобное: «Nirvana», «Shrek», «Angry Birds», «Spirited Away», «Twilight»;
			* цитата с определённым смыслом, который может быть понятен всем или только владельцу вещи: «I love Namjoon» (Я люблю Намджуна), «Let’s talk» (Давай поговорим), «I only wear black» (Я ношу только чёрное), «Make our planet great again» (Сделаем нашу планету прекрасной снова), «English is important, but math is more important» (Английский язык важен, но математика важнее);
			* слово, описывающее внешность или характер человека: «Angry» (Злой), «Pretty» (Милая, прелестная) [1], «I’m tired» (Уставший), «Nerd» (Зануда, слишком погружённый в учёбу), «Intelligent» (Умный, смышлённый) [1];
			* название бренда: «Puma», «Nike», «Mahagrid», «BOSS», «Vogue»;
			* название географического объекта: «Boston», «California», «Japan», «Saint Petersburg», «Paris».

# Исследование среди учащихся Лицея МПГУ

Наблюдая за учащимися лицея и особенно за моими одноклассниками, можно сделать вывод, что подростки сейчас носят одежду с надписями. Но иногда сложно понять, что означают эти надписи и имеется ли связь между уровнем знания языка, на котором сделан текст, и осознанным выбором этого элемента гардероба. Мы составили опрос и отправили его лицеистам. Всего в опросе приняло участие 52 человека из 8-11 классов Лицея. Учащимся было предложено ответить на следующие вопросы:

* Сколько иностранных языков Вы изучаете?
* Какие это языки?
* Носите ли Вы одежду с надписями на иностранном языке?
* Что символизирует данная надпись на Вашей одежде?
* Понимаете ли Вы значение надписей на своей или чужой одежде?
* Важно ли для Вас значение этих надписей?
* Понимаете ли Вы перевод надписи на фотографии?
* Стали бы Вы носить одежду с надписью, которая представлена на фотографии?

По результатам первого вопроса (рис. 1) двадцать семь человек (52%) изучают один иностранный язык, двадцать два лицеиста (42%) – два языка, и оставшиеся три человека (6%) – три или более.

Рисунок 1. Сколько языков изучают лицеисты?

Самые распространённые языки (рис. 2) для изучения у лицеистов – английский, французский, немецкий и китайский, но также изучают и другие (корейский, японский, армянский, греческий и испанский).

Рисунок 2. Какие языки изучают лицеисты?

Результаты следующего вопроса показывают (рис. 3), что сорок пять лицеистов (86,5%) носят одежду с надписями на иностранном языке, а оставшиеся семь (13,5%) предпочитают вещи, не несущие никакой смысловой нагрузки.

Рисунок 3. Носите ли Вы одежду с надписями на иностранном языке?

Анкетирование показало (рис. 4), что большинство лицеистов (34%) носят одежду с надписью, которая имеет какой-то определённый смысл и может быть понятна и другим людям, и только обладателю вещи в зависимости от ситуации. Также многие (28%) имеют в своём гардеробе одежду с текстом, описывающим их внешность или черты характера, что помогает без слов понять натуру человека. Двенадцать человек (17%) выбрали, что носят вещи с названием любимой музыкальной группы, фильма, компьютерной игры и так далее. Помимо вышеперечисленных надписей на одежде, лицеисты выбирают ещё такие, где указано название бренда (4%) и населённого пункта (3%). Также есть лицеисты, для которых текст на одежде не важен или они носят всё сразу (4%), а оставшиеся 10% не носят такую одежду вовсе.

Рисунок 4. Что символизирует надпись?

Далее был задан вопрос о понимании текста на своей или чужой одежде (рис. 5), ведь это необходимо, чтобы избежать неловких и неприятных ситуаций. Сорок один человек (78,8%) ответил, что знает перевод надписей на вещах, которые он носит, а значит, это не вводит людей в заблуждение. Оставшиеся одиннадцать человек (21,2%) понимают перевод лишь иногда.

Рисунок 5. Понимаете ли Вы значение надписей на своей или чужой одежде?

Следующий вопрос показал важность перевода для лицеистов (рис. 6). По результатам ответов двадцать девять человек (55,8%) считают важным сперва узнать значение, а потом уже покупать одежду. Оставшиеся двадцать три человека (44,2%) не видят в этом такой острой необходимости, приобретают вещь без раздумий.

Для следующих двух вопросов была прикреплена фотография одежды с надписью на английском языке (рис. 7). Лицеисты отвечали, понимают ли они перевод и стали бы носить такую вещь. Большая часть учеников (рис. 8), а именно тридцать восемь человек (73%) могут совершенно спокойно перевести текст на одежде, в то время как остальные тринадцать лицеистов (25%) понимают лишь частично, а один ученик (2%) не понимает данный текст вовсе. При этом иметь в своем гардеробе и носить данную вещь решили тоже далеко не все (рис. 9), лишь тридцать человек (58%), что показывает предпочтения этих лицеистов при выборе одежды.



Рисунок 7. Фотография надписи на одежде, которая предлагалась лицеистам в опросе

Рисунок 8. Понимаете ли Вы перевод надписи на фотографии?

Рисунок 9. Стали бы Вы носить одежду с такой надписью?

На основании этих ответов можно сказать, что лицеисты действительно носят одежду с надписями на иностранном языке в повседневной жизни и зачастую понимают смысл написанного.

# Заключение

Надписи на одежде существовали еще много веков назад. Одежда говорит без слов. По одежке встречают. Ученые психологи установили, что за 40 секунд оцениваем человека мы, и он оценивает нас.

Таким образом, подводя итоги, можно сказать, что без знания иностранного языка в наше время не обойтись. Не изучая иностранные языки, мы не сможем понять значение многих слов, которые нас окружают. По результатам анкетирования мы выяснили, что большинство подростков в своём гардеробе имеют даже не одну вещь, содержащую надпись на иностранном языке. Она может содержать просто набор бессмысленных слов и фраз или наполненную смыслом и хорошим юмором фразу.

Однако, актуальным и важным является тот факт, что мы отвечаем за информацию, которую несем на себе, мы становимся ее носителями в массы, и крайне неосмотрительно надеяться на то, что все вокруг не знают иностранного языка и не понимают, что написано на вашей одежде.

У принявших участие в опросе лицеистов уровень владения иностранного языка позволяет на высоком уровне ориентироваться в надписях при выборе одежды и не оказаться в нелепой ситуации. Исследование также показало неразрывную связь языкового уровня с культурой самого человека.

 Обобщая сказанное, можно сделать вывод, что выдвинутая ранее гипотеза не подтвердилась.

# Список литературы

1. Вертягина А. А. Английский язык. 4 книги в одной: разговорник, англо-русский словарь, русско-английский словарь, грамматика. – Москва: АСТ, 2015. – 288 с.
2. Лавриненко И. Ю. Английские слоганы на одежде: лингвистическое своеобразие и прагматические функции // Научный диалог. 2022, № 1. – С. 44—66.
3. Дзен. <https://dzen.ru/a/ZIAf1I24o2AUTAZF> (дата обращения: 10.12.2023)
4. Сноб. <https://snob.ru/entry/186082/> (дата обращения: 10.12.2023)
5. Vsemledi. <https://vsemledi.ru/vliyanie-modnyh-tendentsij-na-podrostkov/> (дата обращения: 10.12.2023)
6. CyberLeninka. <https://cyberleninka.ru/article/n/sledovanie-mode-molodezhi-i-podrostkov-kak-vazhnyy-faktor-vospitaniya/viewer> (дата обращения: 11.01.2024)
7. CyberLeninka. <https://cyberleninka.ru/article/n/o-chem-govoryat-nadpisi-na-odezhde> (дата обращения: 11.01.2024)
8. CyberLeninka. <https://cyberleninka.ru/article/n/verbalno-ikonicheskie-teksty-na-predmetah-odezhdy-germenevtika-i-pragmatika/viewer> (дата обращения: 11.01.2024)