

ВУЗ

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА  
**на тему:**  
**«ТЕМА»**

**Выполнил:**

**Научный руководитель:**

# Цель и задачи

**Цель** – определение общих принципов использования надписей на одежде как средства передачи и продвижения определенных идей.

## **Задачи:**

1. описать социолингвистику и её методы исследования;
2. определить понятие эпиграфики и объект её изучения;
3. изучить историю возникновения надписей на одежде;
4. представить языковые особенности наружной рекламы;
5. рассмотреть надписи на одежде как объект эпиграфики;
6. проанализировать функционирование надписей на одежде в рекламном, лично-коммуникативном, прагматическом и социальном аспектах.

## Методы социолингвистики исследователи разделяют на три группы

методы сбора материала;

методы обработки  
собранного материала;

методы оценки  
достоверности полученных  
данных

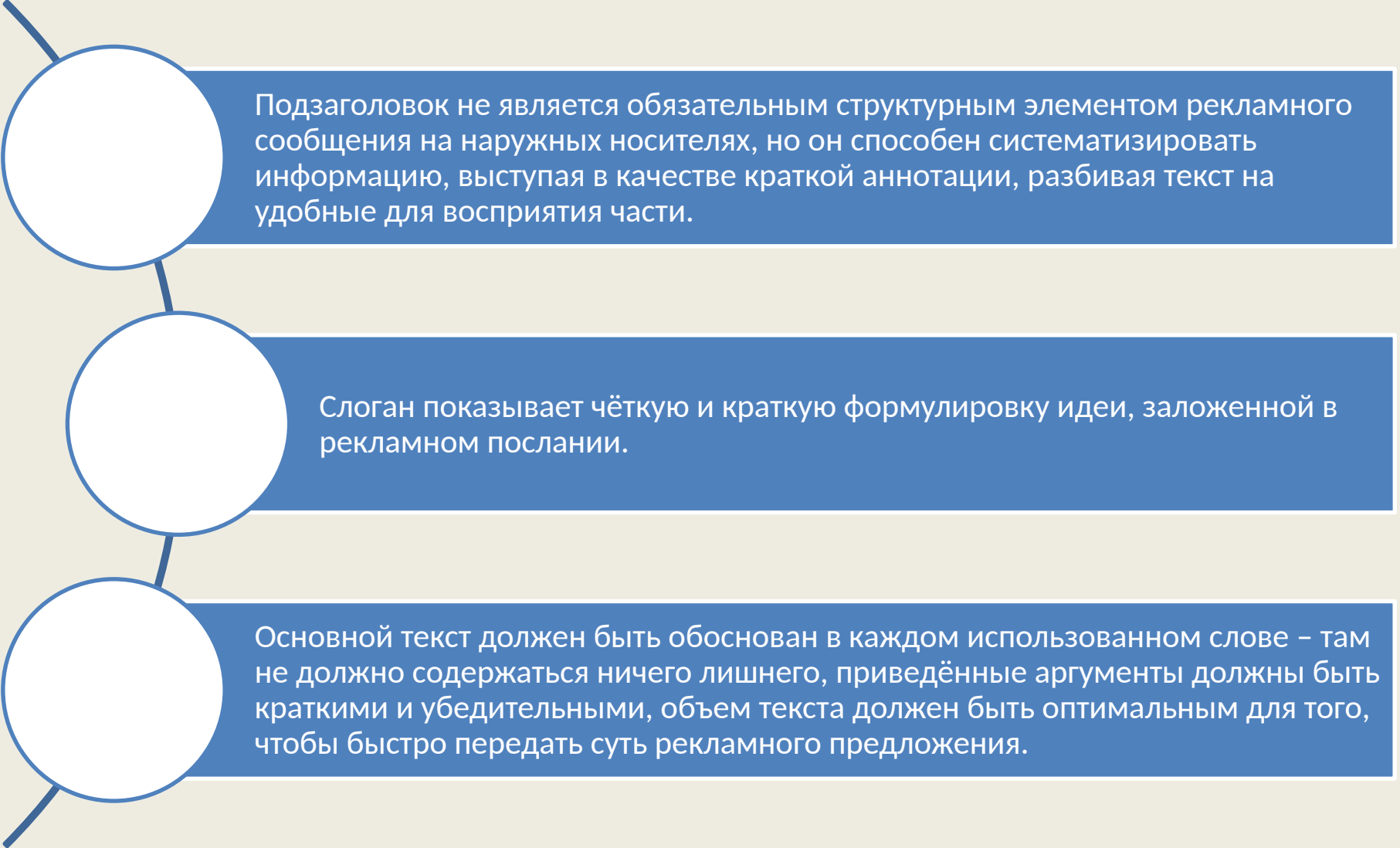
## Социолингвистическая информация собирается следующими основными методами

Метод интервью;

Метод анкетирования;

Метод наблюдения.

## Противопоказания, касающиеся резкого снижения эффективности заголовков в наружной рекламе:



Подзаголовок не является обязательным структурным элементом рекламного сообщения на наружных носителях, но он способен систематизировать информацию, выступая в качестве краткой аннотации, разбивая текст на удобные для восприятия части.

Слоган показывает чёткую и краткую формулировку идеи, заложенной в рекламном послании.

Основной текст должен быть обоснован в каждом использованном слове – там не должно содержаться ничего лишнего, приведённые аргументы должны быть краткими и убедительными, объем текста должен быть оптимальным для того, чтобы быстро передать суть рекламного предложения.

# Котлер Ф. считает, что удачно составленный слоган способен решить целый ряд задач



Шарифуллин считает, что по восприятию тексты городской среды условно можно разделить следующие три группы:

вербальные;

вербально-иконические  
(синкретические);

«чисто» иконические  
тексты (бодиарт или тату).

## Срабранец В.О. в своей работе предлагает следующий вариант классификации надписей:

название бренда или фирмы-производителя

название направлений в музыке, музыкальных групп, спортивных команд

шуточные слова или фразы

негативные или оскорбительные выражения

любовь или романтические отношения, дружба

нейтральные надписи не несущие какой-либо конкретного информационного материала

описание человека

название городов и стран

любимые герой

# Исследовав теоретические подходы к изучению эпиграфики в социолингвистике, мы пришли к следующим выводам:

Социолингвистика через социологические методы и приемы раскрывает системную корреляцию языковой и социальной структуры, все виды взаимоотношений между языком и обществом

Как дисциплина, изучающая надписи на различных материалах, эпиграфика отражает тесную взаимосвязь с языкознанием.

Рисунки на одежде возникли еще во времена Древней Греции.

Надписи на одежде являются одним из видов наружной рекламы, смысловой потенциал такого сообщения раскрывается через вербальную часть сообщения

Надпись на одежде в современном мире передает информацию о человеке, который эту одежду носит, о его интересах, взглядах на мир, о характере, ценностях, принадлежности к тем или иным социальным группам.

**БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!**