

OSNOVNA ŠOLA LIVADA VELENJE

Efenkova 60, 3320 Velenje

MLADI RAZISKOVALCI ZA RAZVOJ ŠALEŠKE DOLINE

RAZISKOVALNA NALOGA

**MAJICE Z NAPISI PRI NAJSTNIKIH**

Tematsko področje: SOCIOLOGIJA

Avtorja:

Nikola Crnobrnja, 9. razred

Vesna Vertačnik, 9. razred

Mentorica:

Katja Drev, prof.

Velenje, 2020

Raziskovalna naloga je bila opravljena na Osnovni šoli Livada Velenje.

Mentorica: Katja Drev, prof. angleščine in pedagogike

Datum predstavitve:

## KLJUČNA DOKUMENTACIJSKA INFORMACIJA

ŠD OŠ Livada Velenje, šolsko leto 2019/2020

KG komunikacija / stili oblačenja / najstniki / napisi

AV CRNOBRNJA, Nikola / VERTAČNIK, Vesna

SA DREV, Katja

KZ 3320 Velenje, SLO, Efenkova 60

ZA OŠ Livada Velenje

LI 2020

IN **MAJICE Z NAPISI PRI NAJSTNIKIH**

TD Raziskovalna naloga

OP V, 25 str, 6 graf., 6 sl., 1 pril., 9 vir.

IJ SL

JI sl / en

AI Sva učenca 9. razreda Osnovne šole Livada Velenje. Na šoli sva opazila, da veliko učencev nosi majice z napisi v različnih jezikih in oblikah. Zanimalo naju je, zakaj jih radi nosijo in katere majice so jim ljubše, z napisi ali brez, zato sva se odločila za raziskovalno nalogo, ki temelji na tej temi. Najprej sva pregledala obstoječo literaturo in predstavila nekaj spoznanj o nošenju majic z napisi. Nato sva s pomočjo anketnega vprašalnika v elektronski obliki potrjevala postavljene hipoteze. Anketni vprašalnik so reševali učenci in učenke od 6. do 9. razreda naše šole. V njej so bila vprašanja, ki so se navezovala na hipoteze. Nato sva še fotografirala nekaj majic, ki so jih nosili učenci in jih predstavila.

## KEY WORDS DOCUMENTATION

ND OŠ Livada Velenje, 2019/2020

CX communication / fashion styles / teenagers / inscriptions

AU CRNOBRNJA, Nikola / VERTAČNIK, Vesna

AA DREV, Katja

PP 3320 Velenje, SLO, Efenkova 60

PB OŠ Livada Velenje

PY 2020

TT **TEEN GRAPHIC SHIRTS**

DT RESEARCH WORK

NO V, 25 p, 6 graf., 6 fig., 1 ann., 9 ref.

LA SL

AL sl / en

AB At our school, we noticed that many students wear shirts with inscriptions written in different languages and forms. We wanted to know why the students at our school like to wear graphic shirts and what kind of graphic shirts they like to wear. We decided to write a research work based on this topic. First, we presented some topics related to the title of our research work. Then we decided to confirm our hypotheses with answers of an electronic survey. It was solved by students from our school, grades 6 through 9. The questionnaire included hypothesis-related questions. We also photographed students wearing shirts with different inscriptions and included those photographs in the presentation.

**KAZALO**

1. UVOD .....	1
2. PREGLED OBJAV .....	2
2.1 Kultura oblačenja pri najstnikih .....	2
2.2 Zgodovina majic z napisi .....	3
2.3 Verbalna in neverbalna komunikacija .....	4
2.4 Raba angleščine v vsakdanjem življenju .....	4
3. METODE DELA .....	6
3.1 Vzorec .....	6
3.2 Anketiranje .....	6
3.3 Fotografiranje .....	7
4. REZULTATI IN DISKUSIJA .....	13
5. ZAKLJUČEK .....	19
6. POVZETEK .....	20
7. SUMMARY .....	21
8. ZAHVALA .....	22
9. PRILOGE .....	23
10. VIRI .....	25

**KAZALO SLIK:**

Slika 1: 'I'm real, not perfect' (Foto: N. Crnobrnja) .....	7
Slika 2: '#think happy thoughts' (Foto: V. Vertačnik) .....	8
Slika 3: 'Is it Friday yet?' (N. Crnobrnja) .....	9
Slika 4: 'I'm in a good mood. What about you?' (Foto: N. Crnobrnja) .....	10
Slika 5: 'You are stronger than you think!' (Foto: V. Vertačnik) .....	11
Slika 6: 'I will change the world' (Foto: N. Crnobrnja) .....	12

**KAZALO GRAFOV:**

Graf 1: Spol osnovnošolcev .....	13
Graf 2: Razred osnovnošolcev .....	14
Graf 3: Kako pogosto nosiš majice z napisi? .....	14
Graf 4: Majico z napisom oblečem, ker ... ..	15
Graf 5: Raje oblečem majico .....	16
Graf 6: 'Raje oblečem majico z napisom v ... ..	17

## 1. UVOD

Kultura oblačenja pri najstnikih je danes zelo raznovrstna – veliko najstnikov je že odkrilo svoj stil oblačenja. Nekateri s svojim stilom prikazujejo, kakšen je njihov značaj, ampak z oblačili (najpogosteje z majicami) lahko izrazijo svoje mnenje oz. sporočilo o neki določeni temi. To lahko storijo z napisi na majicah, ki so danes zelo priljubljene po celem svetu. Nosi jih veliko ljudi, nosiva jih tudi midva in najini vrstniki. Pogosto so tudi oglaševane v raznovrstnih časopisih, televizijskih oglasih in panojih. Majice z napisi so tako priljubljene, saj jih lahko prilagajamo glede na situacijo, osebe, dogodke in še kaj.

Napisi na njih lahko sporočajo tudi kakšne osebe smo in kakšen je naš način življenja. Le redke osebe doma nimajo vsaj ene majice z napisom, ki okolici sporoča mnenje posameznika. Z napisom lahko na nek način tudi komuniciramo – temu pravimo verbalna komunikacija, medtem ko s simboli komuniciramo na neverbalni ravni. Napisi, ki jih preberemo na majicah, so po celem svetu napisane v različnih jezikih.

Želela sva izvedeti več o tem, zakaj najstniki nosijo majice z napisi in kateri so tisti dejavniki, ki vplivajo na nošenje teh majic, kateri jezik je najbolj priljubljen na napisih in kaj vse sporoča napis na majici oz. kakšno sporočilo prenaša. Odločila sva se, da bova izdelala raziskovalno nalogo in raziskala teme, ki so povezane z napisi na majicah.

S to raziskovalno nalogo sva hotela razširiti svoje znanje na tem področju in tudi seznaniti svoje vrstnike o najinih ugotovitvah. Želela sva tudi širiti zavest o pomenu napisov na majicah.

Zastavila sva štiri hipoteze:

1. Najstniki pogosto nosijo majice z napisi.
2. Večina najstnikov z nošenjem majic z napisi izražajo svoje mnenje.
3. Najstniki raje oblečejo majico z napisom v angleškem jeziku kot v slovenskem.
4. Najstniki raje oblečejo majico z napisom kot brez napisa.

## 2. PREGLED OBJAV

### 2.1 Kultura oblačenja pri najstnikih

Skozi zgodovino se je moda pri najstnikih razvijala in spreminjala v različnih pomenih (kot v estetskem in simbolnem pomenu). Za najstnike je moda v prvi vrsti družbena izjava. Je zunanje izrazno sredstvo za vrstnike in preostali svet. Moda tudi najstnikom ponuja občutek identitete s signalizacijo, v katero skupino spadajo, lahko tudi signalizira bolj neodvisno ali vključujočo osebnost. Upor se lahko izvaja tudi preko mode. Ker je uporništvo pogosto najpomembnejši vidik najstnikovega življenja, ni šokantno, da najstniki pogosto uporabljajo licenčno ali šokantno modo, da bi se uprli svojim staršem, sošolcem ali družbi. Dandanes so stili najstnikov zelo različni, saj se nekaj modnih trendov iz prejšnjih desetletjih vrača. Najstniki so spet začeli nositi neonske barve, široke hlače, itd. Od druge svetovne vojne so imeli slogi oblačenja, ki so jih sprejeli mladi, močan vpliv na razvoj mode v Severni Ameriki in Evropi in tako pomembno vplivali tudi na širše modne trende (Why is fashion important to teens, 2008).

Obstaja več različnih dejavnikov, ki vplivajo na današnjo kulturo oblačenja najstnikov.

#### Revije

Po navedbah članka na spletni strani Brigham Young University revije najmočneje vplivajo na najstnike, ko gre za modo. Revije se osredotočajo na uporabo modelov, na katerih so oblačila videti neverjetna in zaželena. Modeli na naslovnih straneh so oblečeni tako, da pritegnejo pozornost najstnika, oblačila in dodatki, fotografirani znotraj strani revij, pa so zasnovani tako, da vplivajo na najstnike tako, da želijo nositi izdelke določenega modnega oblikovalca ali določen slog (Raiford, 2017).

#### Glasba

Večina najstnikov obožuje glasbo in glasbenike, ki pojejo njihove najljubše pesmi. Zaradi tega imajo glasbeniki velik vpliv, ko gre za najstniško modo. To, kar najstniki vidijo, npr. kar njihovi najljubši glasbeniki nosijo na koncertu, na ovitku CD-ja ali glasbenega videa, lahko vpliva na to, kar se jim zdi modno in vredno nošenja (Raiford, 2017).

## Filmi in TV oddaje

V filmih in TV oddajah je poudarjen fizični izgled igralcev in igralk. To najstnike spodbuja, da bi želeli izgledati kot njihovi najljubši televizijski liki. Npr. če najstnica gleda priljubljeno televizijsko oddajo, v kateri je glavna junakinja lepo, priljubljeno dekle, ki vedno nosi naglavni trak, je večja verjetnost, da bo tudi ona začela nositi naglavne trakove. Poleg tega igralci in igralk vplivajo na želje najstnika po določeni frizuri in barvi las (Raiford, 2017).

## Modeli in telesna podoba

Najstniška moda ni nekaj, o čemer bi lahko govorili, ne da bi pri tem omenili podobo telesa. Pop oz. popularna kultura vpliva na najstnike tako, da se morajo oblačiti na določen način, če želijo biti privlačni. Mediji se zelo osredotočajo na telesno podobo, od uporabe vitkih modelov do pretiranih vprašanj, ki jih postavljajo zvezdnikom, npr. kako ostajajo tako suhi ali "fit". (Raiford, 2017).

## **2.2 Zgodovina majic z napisi**

Ljudje nosijo raznovrstne kose oblačil in očitno je, da stara oblačila prihajajo nazaj v modo. Majica z napisom je oblačilo, ki je v modi že nekaj desetletij.

Do petdesetih let prejšnjega stoletja so številna podjetja v Miamiu na Floridi že začela eksperimentirati z dekoracijo oblačil, vendar je bilo področje še daleč od tistega, kar bi se kasneje spremenilo v ogromno industrijo tiskanja majic.

Thomas E. Dewey, republikanski predsedniški kandidat, je s svojo kampanjo "Do it with Dewey" ustvaril tisto, kar je bil morda prvi slogan, toda zunaj tega ni bilo veliko primerov majic, okrašenih z napisi.

Pozneje v petdesetih je ena od tiskarskih podjetij, znana po imenu Tropix Togs, imela originalno licenco za tiskanje sloganov in likov Walta Disneyja. Približno v tem času so se ljudje začeli zavedati dobička, ki bi ga zaslužili z majicami z napisi.



Čeprav so se majice z napisi pojavile že v petdesetih in šestdesetih letih prejšnjega stoletja, so te majice šele v sedemdesetih letih postale priljubljen način sporočanja, ki ga poznamo danes.

Naraščajoča priljubljenost logotipov rock skupin, skupaj s protesti v Vietnamu, je resnično pripomogla k temu, da so majice z napisi postale način sporočanja (History of the T-shirt, 2019).

### **2.3 Verbalna in neverbalna komunikacija**

Pri verbalni komunikaciji poteka izmenjava sporočil v besedi ali govoru in je lahko ustna ali pisna. Je osnovno orodje človeškega sporazumevanja. Vrste ustne verbalne komunikacije so dialogi, debate in diskusije, pisne pa knjige, časopisi, pisna sporočila, revije, pisma in podobno.

Neverbalna komunikacija prenaša sporočila brez besed – neverbalno lahko sporočilo prenašamo z mimiko oz. kretnjami, telesno držo, oblačili ... Neverbalna komunikacija lahko poteka zavedno ali nezavedno.

Vtis, ki ga z zunanjo podobo naredimo na druge, je vedno prvi, ki si ga drugi ustvarijo o nas na podlagi drugih lastnosti: značaja, talentov, reakcij ... Zunanji vtis, ki ga naredimo z govorico telesa in videzom, pomembno vpliva na našo komunikacijo z drugimi (Difference between verbal and nonverbal communication, 2019).

Očitno je, da so majice z napisi vrsta verbalne komunikacije, so torej sredstvo, s katerim ena oseba pošlje sporočilo drugi. Pri tem sporočanju je pomembna pošiljateljeva namera (Barnard, 2005).

### **2.4 Raba angleščine v vsakdanjem življenju**

Angleščina je danes v svetu poznana kot najpogosteje uporabljen jezik pri komunikaciji med posamezniki, ki govorijo različne jezike. Njena pomembnost se s spodbujanjem učenja tujega jezika v prvem vzgojno-izobraževalnem obdobju zrcali tudi v slovenskem šolskem sistemu. Nekaj povsem običajnega je dnevno srečevanje s tujimi jeziki. Danes so digitalni mediji in

internetna povezava prisotni skoraj vsepovsod, tovrstne vsebine so dostopne skoraj vsakomur. Ponujene so nam razširjene sheme televizijskih programov (tako tujih kot domačih) in od staršev velikokrat slišimo, da njihov otrok gleda risanke na angleškem televizijskem programu. Pri tem posluša naravnega govorca in enostaven jezik, ki je podprt z vizualno podporo. Govorjenje angleškega jezika nam omogoča, da dejansko razširimo svoj svet, od zaposlitvenih možnosti do sposobnosti navezovanja odnosov z ljudmi iz vseh držav. Kjerkoli na svetu lahko najdemo nekoga, ki govori angleško. Če upoštevamo samo države, v katerih je angleščina uradni jezik (Združeno kraljestvo, Avstralija, ZDA, Kanada, Irska, Nova Zelandija in karibske države), je več kot 400 milijonov domačih angleških govorcev. Angleščina je zelo pomemben jezik:

- je najbolj pogosto govorjen jezik na svetu,
- je eden izmed jezikov, ki se ga je lahko naučiti,
- je jezik interneta (najbolj uporabljen jezik na internetnih straneh).

Zaradi teh dejavnikov je tudi večina napisov na majicah natisnjenih v angleščini. Tako lahko vsi, ki razumejo angleški jezik, razumejo tudi, kaj napisi na majicah sporočajo. (Tunariu, 2017; Spiteri, 2017; Szeder, 2017).

### **3. METODE DELA**

V teoretičnem delu naloge sva pregledala obstoječo literaturo, ki se nanaša na modo oblačenja pri najstnikih oz. na nošenje majic z napisi. Podatke sva pridobila iz različnih knjig, napisanih v slovenščini, in iz spleta. Podatke, ki sva jih pridobila preko spleta, sva prevajala.

Nato sva uporabila metodo anketiranja. Pridobljene informacije sva statistično obdelala, rezultate pa za lažjo predstavitev uredila v obliki grafov.

#### **3.1 Vzorec**

V raziskovalni vzorec sva vključila učence in učenke od 6. do 9. razreda Osnovne šole Livada Velenje. Anketirala sva 118 oseb, med katerimi je bilo 25 šestošolcev (21 %), 34 sedmošolcev (29%), 34 osmošolcev (29 %) in 25 devetošolcev (21 %). Od tega je bilo 58 učencev moškega spola (49 %) in 60 ženskega spola (51 %). Anketa je nastala 12. 12. 2019. Analiza ankete je bila dokončana 26. 1. 2020.

#### **3.2 Anketiranje**

Anketa je vsebovala 7 vprašanj. Oblikovala sva jo na spletni strani [www.1ka.si](http://www.1ka.si). Učenci so anketo reševali v razredih preko šolskih računalnikov in tablic. Anketiranje sva izvedla na različne dni, in sicer od 14. 12. 2019 do 26. 1. 2020. Pri prvem in drugem vprašanju so anketiranci označilo spol in razred, katerega obiskujejo. Tretje vprašanje je bilo odprtega tipa, saj so učenci sami napisali, kako pogosto nosijo majice.. Četrto, peto in šesto vprašanje so bili izbirnega tipa, kjer so učenci izbirali med več ponujenimi možnostmi . Zadnje, sedmo vprašanje je bilo odprtega tipa, pri katerem sva prosila za pojasnilo, zakaj anketirana oseba raje izbere napis v angleškem oz. slovenskem jeziku..

### 3.3 Fotografiranje

Fotografiranje sva izvedla na hodnikih Osnovne šole Livada v času odmora. Uporabnike majic z napisi sva predhodno prosila za dovoljenje fotografiranja njihovih majic. Vse slike, ki sva jih pridobila, so bile posnete s telefonom.



Slika 1: 'I'm real, not perfect' (Foto: N. Crnobrnja)

Na sliki je majica, na kateri piše »I'm real, not perfect«, kar v slovenskem jeziku pomeni, »Sem resnična, ne popolna«.



Slika 2: '#think happy thoughts' (Foto: V. Vertačnik)

Na majici je napis »#think happy thoughts«, ki v slovenskem jeziku pomeni, »Misli vesele misli«.



Slika 3: 'Is it Friday yet?' (N.Crnobrnja)

Na sliki 3 je majica z napisom »Is it Friday yet?«, ki v slovenskem jeziku pomeni, »Ali je že petek?«.



Slika 4: 'I'm in a good mood. What about you?' (Foto: N. Crnobrnja)

Na sliki 4 je majica z napisom »I'm in a good mood. What about you?«, ki v slovenščini pomeni, »Dobre volje sem. Kaj pa ti?«.



Slika 5: 'You are stronger than you think!' (Foto: V. Vertačnik)

Na sliki 5 je majica z napisom »You are stronger than you think!«, ki v slovenščini pomeni, »Močnejši si, kot misliš!«.



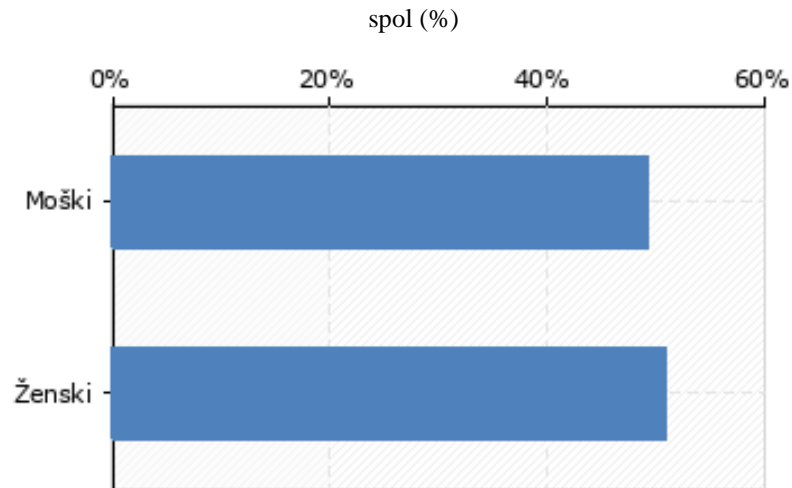


Slika 6: 'I will change the world' (Foto: N. Crnobrnja)

Na majici je napis »I will change the world«, ki v slovenskem jeziku pomeni, » Spremenil/a bom svet«.

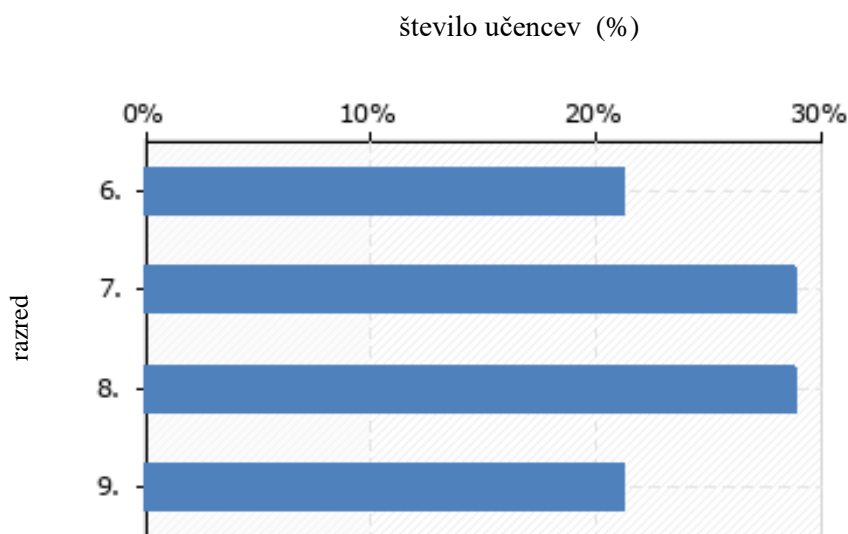
## 4. REZULTATI IN DISKUSIJA

V tem delu raziskovalne naloge so predstavljeni in diskutirani rezultati ankete, ki so jo reševali učenci in učenke od 6. do 9. razreda Osnovne šole Livada Velenje.



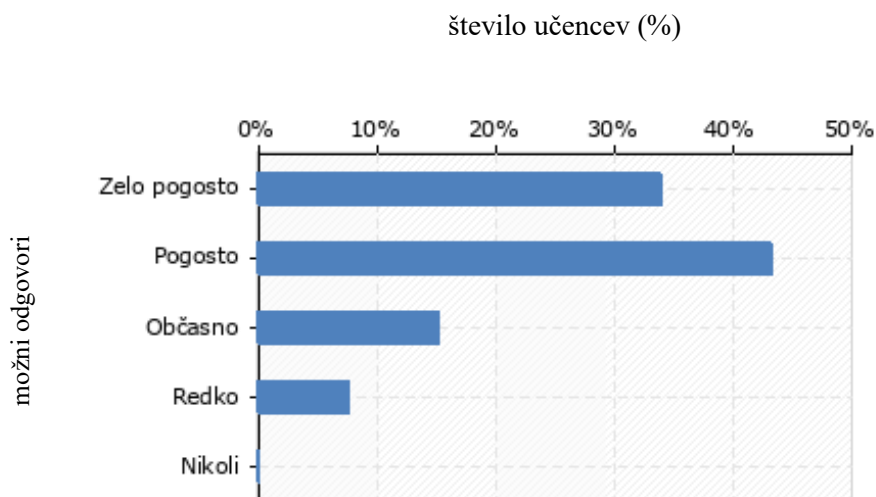
Graf 1: Spol osnovnošolcev

Anketirala sva 118 osnovnošolcev, od teh je bilo 58 moškega spola (49%) in 60 ženskega spola (51 %).



Graf 2: Razred osnovnošolcev

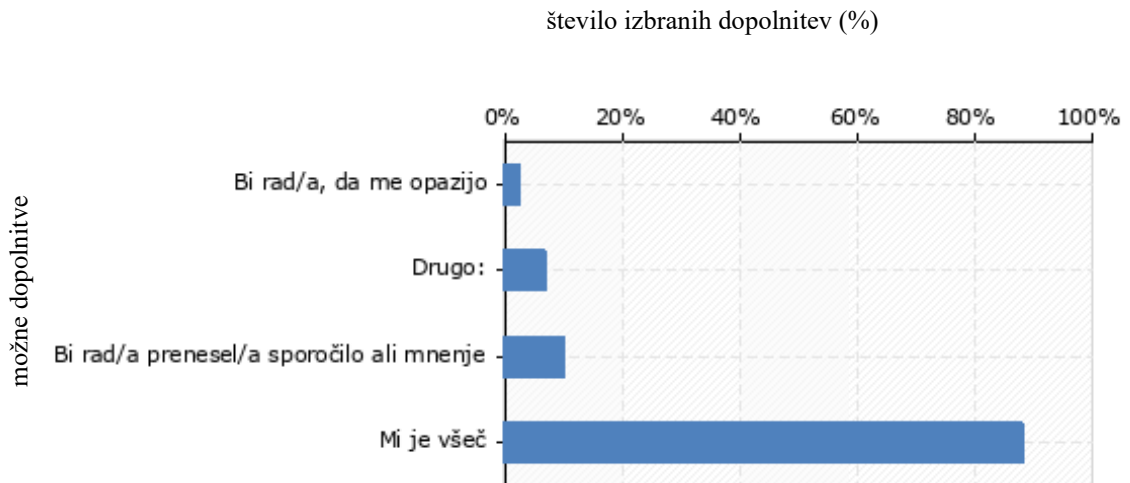
Anketirala sva 25 šestošolcev (21%), 34 sedmošolcev (29%), 34 osmošolcev (29%) in 25 devetošolcev (21%).



Graf 3: Kako pogosto nosiš majice z napisi?

Vsak anketirani učenec je vsaj enkrat že oblekel majico z napisom, večina pa jih obleče pogosto (43 %) oz. zelo pogosto (34 %). To dokazuje, da so majice z napisi dandanes eden izmed najbolj priljubljenih kosov oblačila, še posebej med najstniki.

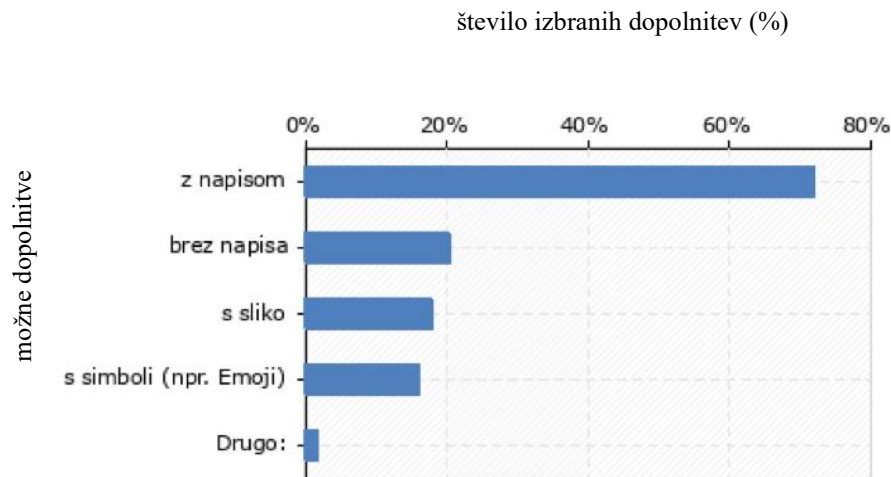
**Z ugotovitvami iz grafa 3 lahko potrdiva hipotezo št. 1, kjer sva zapisala, da najstniki pogosto nosijo majice z napisi.**



Graf 4: Majico z napisom oblečem, ker ...

Pri tem vprašanju so bile na voljo 4 možnosti, anketiranci pa so lahko izbrali več odgovorov. Velika večina učencev in učenk (82 %) obleče majico z napisom, ker jim je le-ta všeč, medtem ko jih le (15 %) obleče majico z napisom z namenom, da bi prenesli sporočilo ali mnenje.

**S podatki, prikazanimi v grafu 4, druge hipoteze, kjer sva napisala, da večina najstnikov z nošenjem majic z napisi izraža svoje mnenje, ne moreva potrditi.** Ugotovila sva, da se večina učencev, ki je rešilo anketo, sploh ne zaveda, kakšen je pomen napisa na majici oz. kakšno sporočilo sporoča z napisom. Meniva, da bi bilo bolj smiselno, da bi se najstniki zavedali, kaj z napisi na majicah sporočajo. Kljub temu da nimajo odnosa do napisa na majici, z njim okolici prenašajo sporočilo in s tem na nezavedni ravni opredeljujejo odnos drugih do njih samih. Ti napisi bi dandanes najstnikom lahko služili za izražanje mnenja, osebnosti in drugačnosti. S tem bi se lahko poslužili drugačnega, bolj kreativnega prenašanja svojih prepričanj in mnenj.



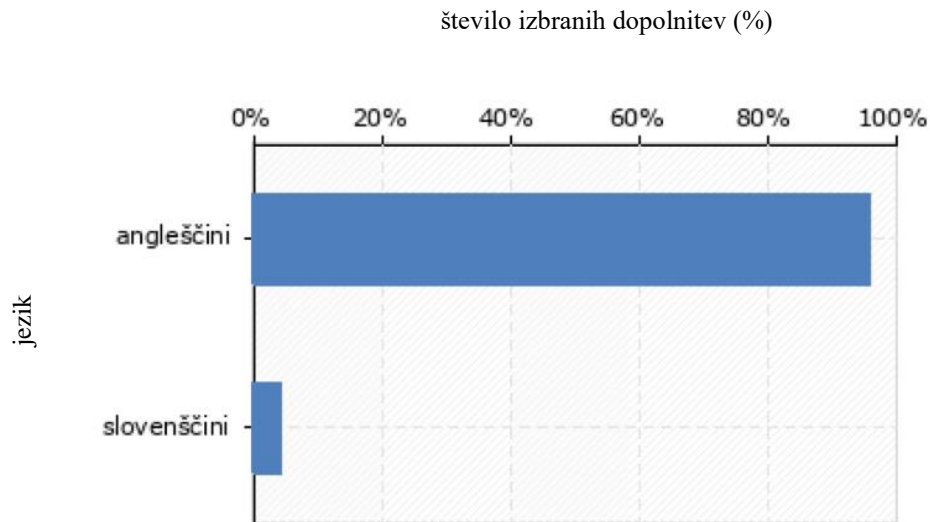
Graf 5: Raje oblečem majico ...

Za dopolnitev povedi »Raje oblečem majico ...« je bilo na voljo več možnosti, učenci in učenke pa so lahko izbrali več odgovorov.

Večina anketiranih raje obleče majico z napisom, kot da bi oblekli majico brez njega ali s sliko ali s simboli. Dva anketiranca se nista mogla odločiti, katero majico reje oblečeta, saj nosita vse oblike majic.

**S podatki, razvidnimi iz grafa 5, lahko potrdiva najino 1. hipotezo, kjer sva zapisala, da najstniki raje oblečejo majico z napisom kot brez napisa.**

Predvidevava, da so učenci izbrali majice z napisi, slikami in simboli, ker izgledajo veliko bolj zanimivo in pritegnejo več pozornosti. Prav tako lahko v trgovinah opazimo, da je na policah precej več majic z napisi, kot pa tistih brez. Opazila sva tudi, da veliko učencev in učenk naše šole vsak dan nosi majice z napisi.



Graf 6: 'Raje oblečem majico z napisom v...

Iz grafa 6 je razvidno, da večina osnovnošolcev raje obleče majico z napisom v angleščini, medtem ko je le 4 % anketiranih ljubša majica z napisom v slovenščini.

**Z ugotovitvami iz grafa 6 sva potrdila najino 3. hipotezo, kjer sva zapisala, da najstniki raje oblečejo majico z napisom v angleškem kot v slovenskem jeziku.** Kar 96% učencev je izbralo odgovor, s katerim sva to hipotezo potrdila.

Po njihovem mnenju izgledajo majice z napisi v angleškem jeziku 'bolje' oziroma se napis v angleščini boljše sliši kot v slovenščini. Učenci so tudi zapisali, da imajo majice z napisom v angleščini tudi zato, ker nimajo druge izbire. V trgovinah lahko opazimo precej več majic, ki so v angleškem jeziku, medtem ko so majice v slovenskem jeziku redke.

Na začetku raziskovanja sva si zastavila štiri hipoteze. Potrdila sva tri, eno pa sva ovrgla. Ugotovitev, da najstniki, pri izbiri majice z napisi, ne razmišljajo o sporočilu napisanega oz. majico ne oblečejo z namenom, da bi okolici prenašali sporočilo, naju je presenetila.

Pri opazovanju napisov na majicah sva ugotovila, da najstniki v večini primerov raje izberejo majice, kjer imajo napisi pozitivno sporočilo. To dejstvo je v današnjem svetu, ki je poln negativizma in vedno slabših medosebnih odnosov, prav dobrodošlo. Kljub temu da najstniki z izbiro majice z napisom nimajo namena izražati svojega mnenja, vseeno v okolico posredujejo pozitivno sporočilo, ki lahko nekemu polepša dan ali ga celo vzpodbudi k razmisleku. S to

ugotovitevijo bi najino temo raziskovalne naloge lahko razširila in skušala o tem več izvedeti. Pri metodi dela bi lahko vključila intervjuje, ki bi jih opravila s prodajalkami različnih trgovin z oblačili. Na ta način bi pridobila tudi pogled v prodajo majic z napisi.

## 5. ZAKLJUČEK

Z raziskovalno nalogo sva želela pridobiti čim več informacij o tem, zakaj najstniki sploh nosijo majice z napisi. Ugotovila sva, da jih večina nosi iz preprostega razloga, in to je, da so jim takšne majice všeč. Najstniki pri izbiri majice z napisom niso pozorni na samo sporočilo napisa, pomembneje jim je to, da jim je napis všečen. Iz tega lahko sklepava, da je najstnikom še vedno bolj pomemben izgled, njihov stil, kot to, da bi izrazili svoje mnenje in se s tem tudi izpostavili. Kljub temu pa so majice z napisi eden od pomembnih načinov, kako najstniki izražajo svoj slog.

Prav tako sva ugotovila, da večina najstnikov raje obleče majico z napisom, kot brez njega, saj so jim takšne zanimivejše in lepše. Pri izbiri majice igra pomembno vlogo tudi jezik napisa. Večina najstnikov raje posega po majicah z angleškim napisom. Napisi v angleščini se jim zdijo boljši oz. menijo, da se lepše slišijo. Ta podatek naju ni presenetil, saj je dandanes angleški jezik eden izmed bolj govorjenih jezikov na svetu.

Majice z napisi predstavljajo način oblačenja, ki je že desetletja priljubljen med različno starimi uporabniki, predvsem pa med najstniki in meniva, da je to trend, ki se bo obdržal še precej časa.



## 6. POVZETEK

Pravi modni hit v današnji modi oblačenja so majice z napisi. Modni navdušenci jih nosijo k prav vsakemu stilu: sproščenem, športnem stilu, h klasiki oz. kavbojkam, celo k elegantnemu poslovnemu stilu in pod suknjičem. To priljubljeno oblačilo nosijo vsi, ne glede na starost, zelo priljubljene pa so tudi med najstniki.

V raziskovalni nalogi sva predstavila nekaj zanimivih podatkov o današnji kulturi oblačenja pri najstnikih in zgodovini napisov na majicah, kjer sva izvedela, kdaj je nastala prva majica z napisom in pri kateri starostni skupini je bila najbolj priljubljena. Za učence in učenke od 6. do 9. razreda OŠ Livada Velenje sva sestavila anketni vprašalnik. Raziskala sva, zakaj najstniki nosijo določen napis na majici, ali razumejo njegov pomen in če z njim izražajo svoje mnenje. Prav tako naju je zanimalo, ali na izbor majice vpliva jezik napisa ter zakaj in kako pogosto nosijo te majice. Anketirala sva 118 učencev in učenk naše šole in izvedela sva, da večina učencev pogosto nosi majice z napisi, saj so jim všeč. Ljubši so jim napisi v angleščini, saj se po njihovem mnenju angleški napis sliši veliko bolje kot napis v slovenskem jeziku.

Opazovala sva napise, ki jih imajo učenci OŠ Livada Velenje na svojih majicah, in jih fotografirala.

## **7. SUMMARY**

A real fashion hit in today's fashion are graphic shirts. Fashion enthusiasts wear them with just about any style: relaxed, sporty, classic or with jeans, even with the elegant business style. This popular piece of clothing is worn by almost everyone, regardless of age, and is very popular among teens. In our research work we presented some interesting facts about today's teenager's fashion and the history of inscriptions on shirts. We learned when the first graphic shirt was created and at what age group it was most popular. We prepared an electronic survey for students of 6th through 9th grade at Livada Velenje Primary school. We wanted to know why teenagers wear graphic shirts, whether they understand its meaning, and if they wear them to make a statement. We were also interested in whether the choice of wearing shirts is influenced by the language of the inscription and why and how often these shirts are worn. We survey was done by 118 students from our school and it showed that the most common reason why most students wear graphic shirts is because they like them. They prefer English inscriptions to Slovene, because in their opinion the inscriptions in English sound better.

We observed the inscriptions that the students of Livada Velenje Primary school wore on their shirts and photographed them.

## **8. ZAHVALA**

Za vso spodbudo, pomoč in usmerjanje pri izdelavi raziskovalne naloge se zahvaljujema mentorici Katji Drev, učiteljici Nataši Kotnik pa se zahvaljujema za pomoč pri lektoriranju naloge. Prav tako se iskreno zahvaljujema vsem učencem od 6. do 9. razreda in učiteljem, ki so pripomogli k reševanju anketnega vprašalnika. Nazadnje bi se zahvalila še staršem in prijateljem, ki so naju spodbujali pri izdelavi naloge.

## 9. PRILOGE

### PRILOGA A ANKETNI VPRAŠALNIK

#### 1. Spol

- a) Moški
- b) Ženski

#### 2. Razred

- a) 6.
- b) 7.
- c) 8.
- d) 9.

#### 3. Kako pogosto oblečeš majice z napisi?

- a) Zelo pogosto
- b) Pogosto
- c) Občasno
- d) Redko
- e) Nikoli

#### 4. Majico z napisom oblečem, ker:

- a) Mi je všeč
- b) Bi rad/a prenesel/a sporočilo ali mnenje
- c) Bi rad/a, da me opazijo
- d) Drugo: \_\_\_\_\_

**5. Raje oblečem majico z:**

- a) Napisom
- b) Brez napisa
- c) S simboli (npr. Emoji)
- d) S sliko
- e) Drugo: \_\_\_\_\_

**6. Raje oblečem majico z napisom v:**

- a) angleščini
- b) slovenščini

**7. Pojasni svoj odgovor pri vprašanju številka 6.**

---

## 10. VIRI

- Pušnik, M., Fajt, E. 2014. Moda in kultura oblačenja. Aristej, Maribor.
- Barnard, M. 2005. Moda kot sporazumevanje. Sophia, Ljubljana.
- Osgerby, B. Teenage Fashion History. [https:// fashion-history.lovetoknow.com/fashion-history-eras/teenage-fashion-history](https://fashion-history.lovetoknow.com/fashion-history-eras/teenage-fashion-history) (4. 2. 2020).
- Why is fashion so important to teens? [https://www. leaf.tv/articles/why-is-fashion-so-important-to-teens/](https://www.leaf.tv/articles/why-is-fashion-so-important-to-teens/) (4.2.2020)
- Tunariu, M. Why is it important to speak English. <https://www.universitylanguageschool.com/student-blog-why-is-it-important-to-speak-english/> (4. 2. 2020).
- Komunikacijske veščine. [https://dijaski.net/gradivo/soc\\_sno\\_komunikacijske\\_vescine\\_01](https://dijaski.net/gradivo/soc_sno_komunikacijske_vescine_01) (4. 2. 2020).
- Verbalna in neverbalna komunikacija. [http://gradiva.zik-crnatelj.eu/gradivo-szrs/verbalna\\_in\\_neverbalna\\_komunikacija.html](http://gradiva.zik-crnatelj.eu/gradivo-szrs/verbalna_in_neverbalna_komunikacija.html) (25. 1. 2020).
- History of the T-Shirt. <https://www.realthread.com/blog/history-of-the-tshirt-2014-01-30> (25. 1. 2020).
- Watsica, D. Difference between verbal and non verbal communication. <https://www.enotes.com/homework-help/difference-between-verbal-non-verbal-communication-237441> (25. 1. 2020).