

Mestna občina Celje
Komisija Mladi za Celje

MLADI IN MODA

RAZISKOVALNA NALOGA



AVTORICE:

Ana Dujaković

Isabela Hubert Pluemper

Tia Maria Turk

MENTORICA:

Simona Turnšek, prof. razrednega pouka

Celje, marec 2017

Osnovna šola Hudinja Celje

MLADI IN MODA

RAZISKOVALNA NALOGA

Avtorice:

Ana Dujakovič, 7. b

Isabela Hubert Pluemper, 7. b

Tia Maria Turk, 7. b

Mentorica:

Simona Turnšek, prof. razrednega pouka

Lektorica: Olga Kožel, prof. slo.

Mestna občina Celje, Mladi za Celje

Celje, 2017

POVZETEK

Moda se neprestano spreminja, postavlja nove norme, predstavlja odsev razmer, ki vladajo v družbi. Moda in oblačenje sta del naše kulture. Oblačila si izbiramo v skladu s svojim značajem, počutjem, pa tudi z vlogo, ki jo igramo v svojem življenju in družbi. Zato smo se lotili raziskovalne naloge z naslovom *Mladi in moda*.

S pomočjo anketnega vprašalnika smo želeli ugotoviti, kakšen stil oblačenja imajo učenci, kje izvedo za modne smernice, kdo jim svetuje pri zbiru oblačil, kako pogosto in kje kupujejo oblačila, kaj jim je pomembno pri nakupu oblačil in ali uporabljajo modne dodatke. Želeli smo izvedeti, ali njihov stil vpliva na priljubljenost v družbi in kakšno je njihovo mnenje o uvedbi šolskih uniform.

Izkazalo se je, da se učenci najraje oblačijo v klasična oblačila, da jim je pri nakupu oblačil pomemben predvsem izgled oblačila. Ugotovili smo, da učenci za modne smernice izvedo z ogledovanjem izložb v trgovinah. Ugotovili smo še, da učencem pri izbiri oblačil svetujejo starši, da učenci uporabljajo modne dodatke, predvsem ure, ter da način oblačenja ne vpliva na priljubljenost v družbi.

KAZALO

1 UVOD	1
2 OBLAČENJE IN MODA	3
2.1 OPREDELITEV MODE, STILA IN OBLAČENJA.....	3
2.2 MODA IN OBLAČENJE KOT NAČIN KOMUNIKACIJE	5
2.3 MODA IN MLADI	6
3 MODNE SMERNICE	7
3.1 OBLIKOVANJE MODNIH SMERNIC	8
3.2 SLEDITI MODNIM SMERNICAM: DA ALI NE?	9
4 MODNI DODATKI	10
5 ŠOLSKE UNIFORME	11
6 NAMEN	13
7 HIPOTEZE	13
8 VZOREC	13
9 POSTOPKI ZBIRANJA PODATKOV	13
10 MERSKI INSTRUMENT	14
11 REZULTATI IN RAZLAGA	15
11. 1 ANALIZA	15
11. 2 RAZLAGA HIPOTEZ	26
12 ZAKLJUČEK	27
VIRI IN LITERATURA	28
PRILOGE	29

KAZALO TABEL

Tabela 1: Število (f) in odstotek (f %) za vprašanje številka 1: Kako se najraje oblečeš?.....	15
Tabela 2: Število (f) in odstotek (f %) za vprašanje številka 2: Kje izveš za modne smernice?	16
Tabela 3: Število (f) in odstotek (f %) za vprašanje številka 3: Kdo ti svetuje pri izbiri oblačil?	17
Tabela 4: Število (f) in odstotek (f %) za vprašanje številka 4: Kaj ti je pomembno pri nakupu oblačil?	18
Tabela 5: Število (f) in odstotek (f %) za vprašanje številka 5: Koliko denarja si pripravljen zapraviti za oblačila v enem mesecu?	19
Tabela 6: Število (f) in odstotek (f %) za vprašanje številka 6: Kako pogosto kupuješ oblačila?	20
Tabela 7: Število (f) in odstotek (f %) za vprašanje številka 7: V katerih trgovinah največkrat kupuješ oblačila? ..	21
Tabela 8: Število (f) in odstotek (f %) za vprašanje številka 8: Ali uporabljaš modne dodatke?.....	22
Tabela 9: Število (f) in odstotek (f %) za vprašanje številka 9: Če si na prejšnje vprašanje odgovoril z DA, katere uporabljate?	23
Tabela 10: Število (f) in odstotek (f %) za vprašanje številka 10: Ali stil oblačenja vpliva na priljubljenost v družbi?	24
Tabela 11: Kaj učenci menijo o uvedbi šolskih uniform?	25

KAZALO GRAFOV

Graf 1: Kako se najraje oblečeš?.....	15
Graf 2: Kje izveš za modne smernice?	16
Graf 3: Kdo ti svetuje pri izbiri oblačil?	17
Graf 4: Kaj ti je pomembno pri nakupu oblačil?	18
Graf 5: Koliko denarja si pripravljen zapraviti za oblačila v enem mesecu?.....	19
Graf 6: Kako pogosto kupuješ oblačila?	20
Graf 7: V katerih trgovinah največkrat kupuješ oblačila?	21
Graf 8: Ali uporabljaš modne dodatke?	22
Graf 9: Če si na prejšnje vprašanje odgovoril z DA, katere uporabljate?	23
Graf 10: Ali stil oblačenja vpliva na priljubljenost v družbi?	24

1 UVOD

Moda in oblačenje sta del kulture, ki jo je pomembno obravnavati skupaj z drugimi kulturnimi fenomeni. Obleka ni le nepomemben kos blaga, ki nas ščiti pred mrazom, ampak z oblekami, ki jih nosimo, komuniciramo z okolico, izražamo razpoloženje in predanost različnim družbenim skupinam.

Moda se neprestano spreminja, postavlja nove norme in predstavlja odsev razmer, ki vladajo v družbi. Moda je poplava novih idej, barv materialov, krojev, vzorcev, ki na novo poskušajo zamenjati staro in preizkušeno. Da je nekaj modno, pomeni, da je "v koraku s časom".

Smo učenke 7. razreda Osnovne šole Hudinja. Namen raziskovalne naloge je ugotoviti, kakšna je moda mladih. Zanimalo nas je predvsem, kakšen stil oblačenja imajo učenci predmetne stopnje (7., 8., 9. razred) Osnovne šole Hudinja, kje izvedo za modne smernice, kdo jim svetuje pri zbiru oblačil, kako pogosto kupujejo oblačila, kje kupujejo oblačila, kaj jim je pomembno pri nakupu oblačil in ali uporabljajo modne dodatke. Želeli smo izvedeti ali njihov stil vpliva na priljubljenost v družbi in kakšno je njihovo mnenje o uvedbi šolskih uniform.

Preden smo se lotili raziskovanja, smo v knjižnici poiskali in prebrali različno literaturo in v teoretičnem delu zapisali že uveljavljena teoretična izhodišča na področju mode in mladih. Do odgovorov na naša vprašanja smo prišli s pomočjo anketnega vprašalnika za učence. Vse odgovore smo temeljito pregledali in analizirali ter jih v nadaljevanju tudi predstavili.

TEORETIČNI DEL

2 OBLAČENJE IN MODA

"Moda je kot izvirna sladica po dobrem kosilu. Pomeni zaključek posameznikove osebnosti in njegovega prepričanja. Izraža tudi način osebne komunikacije z okolico in odnos do nje. Je pravzaprav prvi stik s tvojim sogovornikom in subtilno razkrivanje tvojega značaja in življenje, po drugi strani pa je tudi izraz spoštovanja do nekoga ali do dogodka, na katerega si povabljen. Seveda je tudi maska in prekrivanje, vendar se tedaj ne boste počutili dobro. Zato se oblecite tako, kot vam veli srce " (Deu, 2004, str. 107).

Oblačila nosimo že več tisoč let. Večina ljudi se strinja z mislijo, da imajo oblačila neke vrste pomen, oziroma jim je ta pomen moč dati. Moda, oblačenje in obleka sestavljajo označevalne sisteme, v katerih se izoblikuje družbeni red. Lahko jih imamo za eno od sredstev preko katerih družbene skupine sporočajo svojo identiteto. Obstajata dve razlagi, ki ju običajno navajamo, ko se sprašujemo o izvoru in ustvarjanju pomena. Ena umesti izvor pomena zunaj obleke, ga pripiše neki zunanji avtoriteti, kakršna je oblikovalec ali uporabnik. Druga umesti nastanek pomena v samo obleko, v tkanine, barve in oblike. Včasih sta tudi pomešani med seboj ali pa sta uporabljeni posamično (Barnard, 2005, str. 96-102).

2.1 OPREDELITEV MODE, STILA IN OBLAČENJA

V SSKJ lahko najdemo razlago, ki pravi, da je **moda** v določenem času uveljavljeni kroji oblačil, obutve, vzorci blaga, modni dodatki. Označuje slog in okus časa pri najrazličnejših predmetih vsakdanje uporabe in ne le oblačil. Pojem "moda" ne pomeni samo mode v oblačenju, ampak se pojavlja tudi na drugih področjih (hrana, igrače, okraševanje, oprema stanovanja, avtomobili, arhitektura, tv-šovi, znanost ...) (Ditz, 1998, str. 7, 8).

Moda je spreminjajoč se odsev časov, v katerih živimo. Moda je najprej elitna, potem doseže množice, nato zamre. Sledi ji nova smer. Da je nekaj modno, pomeni, da je "v koraku s časom". Moda je poplava novih idej, barv materialov, krojev, vzorcev, ki na novo poskušajo zamenjati staro in preizkušeno. Če je nekaj modno, je sodobno (O'Hara, 1994, str. 7).

Kadar slišimo besedo moda, si navadno predstavljamo najnovejše stvaritve znanih kreatorjev (Armanija, Diorja, Valentina ...). Vendar pomeni moda v širšem pomenu običaj ali okus časa razvoj oblačilnih stilov, okraševanje, hrano ..., ki so v določenem času predstavljali neko

družbo. Moda v ožjem pomenu besede pa pomeni zapovedi visoke mode, kako naj se ljudje v določeni sezoni oblačijo. Tudi na vprašanje, zakaj ljudje spreminjajo svoja oblačila, obstajajo različni odgovori. Po modi uvrstimo posameznika v določeno družbeno skupino, sloj, poklic, etično in drugo skupino. Posebnostim v oblačenju pa lahko botruje tudi želja po prestižu (majhna skupina ljudi se hoče ločiti od drugi, le-ti jo poskušajo posnemati, npr. enačenje z idoli) (Sam, 2006).

Bistvo mode je v tem, da si jo vselej lasti del skupine, medtem ko so preostali šele na poti k njej. Brž ko je popolnoma priljučena, torej ko njene definicijsko razlikovane lastnosti postanejo "navadne", kot se to dogaja z določenimi elementi oblačil, se ne imenuje več moda. Z rastjo se približuje svojemu koncu, saj ravno to odpravlja različnost (Simmel, 2000, str. 247).

Moda ima veliko sugestivno moč. Reklama skuša časovno in prostorsko stopnjevati potrošnjo. Zaradi sodobnega obveščanja, modnih časopisov in prometa prodre vsaka modna novost tudi v najbolj oddaljen kot sveta. Vsaka modna novost je modna samo toliko časa, dokler ni preveč razširjena. Danes postaja moda izraz družbenega uveljavljanja, to prihaja do izraza predvsem v velemestih (npr. nakupovanje v butikih znani ustvarjalcev, naročanje oblačil pri krojačih visoke mode). V tem krogu množične proizvodnje na eni strani ter velikih željah potrošnikov na drugi strani je potreba po modi že skoraj boleсна. Včasih moda v prvem hipu osvoji določena oblačila, ki so povsem uporabna. Oblačilo ameriških podeželanov – jeans – je že desetletja glavni del garderobe mladih obeh spolov (Ditz, 1998, str. 8).

Oblačenje je neločljivo povezano tako z modo kot s stilom. Je eno izmed človekovih potreb. Skozenj se človek predstavlja. Slovenski pregovor pravi: "Obleka naredi človeka". Z obleko se človek razlikuje od drugih ljudi, se družbeno distancira. Oblačenje je torej potreba s številnimi pomeni in nameni (Južnič, 1998, str. 233).

Na način oblačenja so v vseh obdobjih vplivali gospodarski, družbeni, verski in politični dejavniki. Oblačila še danes razmejujejo ljudi na pripadnike različnih etičnih skupin, spolov, družbenih slojev. Prav tako lahko z oblačenjem prepoznamo pripadnike različnih noš (uniforma vojske ...) (Sam, 2006).

Določen način oblačenja imenujemo **stil**. Le-ta obstaja neodvisno od mode. Lahko je del trenutno modernega ali pa predstavlja nekaj, kar je trenutno izven mode. Stil ostaja nespremenjen, medtem ko se moda spreminja. Stil postane moderen, ko je sprejet od številnih potrošnikov. Stil je določena kombinacija lastnosti, ki ga razlikuje od ostalih v njegovi kategoriji. Na primer, obstaja veliko stilov kril: srednja, dolga, mini ... Mini krila so bila zelo moderna v 60ih letih in so ponovno postala moderna v današnjem času. Ne glede na to, ali je stil moderen ali ne, pa vsak posameznik razvije svoj stil oblačenja, ki je zelo pomemben pri oblikovanju posameznikove samopodobe, razvoju osebnih vrednot in odnosa do sveta ter pri identificiranju posameznika z določeno subkulturo. Stilske razlike so glavni vir oblikovanja osebnih in socialnih identitet. Prav tako pa se stil ne omejuje samo na področje oblačenja, ampak poznamo tudi življenjski stil ... (Solomon, Rabolt, 2004, str. 8).

2.2 MODA IN OBLAČENJE KOT NAČIN KOMUNIKACIJE

Komuniciranje je definirano kot pošiljanje sporočila preko posrednika k prejemniku. V primeru mode in oblačenja je posrednik oblačilo, ki ga nosi posameznik in z njim v okolico oddaja sporočilo, ki je pogojeno z dejavnikom kulture, prostora in časa, v katerem živi posameznik.

Že samo dejstvo, da se obleka moškega razlikuje od ženske obleke in otroška obleka od odraslih oblek, nam nakazuje na sporočilno funkcijo oblačil. Oblačila s svojim materialom, obliko, barvo in posameznimi detajli na različne načine simbolično sporočajo določene družbene vloge posameznikov. Oblačila lahko s komunikacijo posredujejo naslednje vrste sporočil:

- individualno izražanje,
- družbeno veljavo ali status,
- opredelitev družbene vloge,
- ekonomsko veljavo ali status,
- politično moč,
- magijsko-religijski položaj,
- družbene oprede,
- rekreacija (Barnard, 2005, str. 81-95).

Posameznik svojo drugačnost vzpostavlja s prirejanjem svoje individualnosti in tako oblikuje podobo, vtis, ki ga imajo o njem drugi ljudje, pri čemer ima oblačenje eno od glavnih vlog. Odnosom, ki se vzpostavljajo v določenih družbenih okoljih, dajejo oblačilom različne pomene (Barnard, 2005, str. 79).

Ustrezno izražanje identitete z oblačenjem se pojavlja pri vseh ljudeh. Pri modnih privržencih in tudi pri ljudeh brez zahtevnejšega okusa in poznavanja estetike. Pogosto se pojavlja izraz individualnost v oblačenju. Individualnost pomeni, da posameznik poudari svojo izvirnost, samostojnost in da je drugačen kot drugi. Prikazovanje identitete v informiranosti predstavlja nasprotje individualnosti. Uniformiranost krade prostor človekovi enkratnosti in razoseblja. Nasprotje individualnosti pa predstavlja pripadnost (Pušnik, 2014, str. 112).

Posamezniki zaradi občutka negotovosti raje sledijo drugim ljudem ali večini kot svojim lastnim občutkom. Posameznik, oblečen v splošno sprejeta oblačila, ki so že postala trend določenega obdobja, je človek, obvarovan pred neodobravanjem družbe (Pušnik, 2014, str. 112).

2.3 MODA IN MLADI

Osrednjo vlogo v modi imajo mladi, saj so v obdobju iskanja lastne identitete. Dovzetni so za vse posebnosti, tudi za najbolj nenavadne novosti. Ravno zaradi močno izražene želje in potrebe po novostih so mladi glavna tarča oglaševalcev (Tivadar, Kamin, 2000).

Posameznikova socializacija v potrošništvo se začne že zgodaj v otroštvu. Otroci sprva kot opazovalci pridobivajo izkušnje z nakupovanjem in si oblikujejo potrošniške vzorce. Dejavniki, ki posameznike vzgajajo v potrošnjo, so številni, prevladujejo pa družina, šola, vrstniki, izkušnje z nakupovanjem, industrija, množični mediji ipd. Devet-in desetletniki se znajo pogovarjati o funkcijah trgovine, o tem, od kod prihajajo potrošniški izdelki, razumejo tudi pojme, kot sta pocenitev in razprodaja (Tivadar, Kamin, 2000).

Potrošnja za mlade predstavlja način življenja, druženja in zabave. V obdobju odraščanja imajo mnogo potreb, med njimi eksperimentiranje, pripadanje, neodvisnost, odgovornost in

odobravanje od drugih. Uresničitev teh potreb pa jim predstavljajo proizvodi (Tivadar, Kamin, 2000).

3 MODNE SMERNICE

Naravno je, da se v modi išče novo, zato se tudi pojavljajo modne smernice. Ampak ta novost se pojavlja samo v odnosih na aktualnih mestih v modi (Todorović, 1980, str. 80).

V prvi polovici 20. stoletja je modni ilustrator Marcel Vertes zapisal (O'Hara, 1994, str. 10), da je bil čas, ko so bile obleke kot spomeniki. Narejene so bile iz dragocenih tkanin iz daljnih dežel. Oblikovali so jih počasi in z veliko skrbjo. Namenjene so bile, da preživijo generacijo, ki jih je oblikovala.

V hitro spreminjajočem se modnem svetu predstavljajo modne smernice pomemben vir informacij za proizvajalce in trgovce tekstilnih modnih izdelkov. Vsak proizvajalec želi proizvesti in trgovec prodati le modne tekstilne izdelke, ki jih bodo potrošniki kupovali. Njihove želje in potrebe morajo biti vsem vodilo pri sprejemanju vsake poslovne odločitve. Celotno okolje, družba in čas, v katerem živimo, posredno ali neposredno vplivajo na potrošnikovo vedenje, povezano z nakupovanjem tekstilnih modnih izdelkov. Modne smernice nastanejo kot posledica natančne raziskave analize tržišča. Njihova vsebina ni naključna. So odraz življenja, razmišljanja in občutenja ljudi v prihajajoči sezoni. Ponujajo nam informacije o izbiri materialov, barv, linij, stilov ..., za katere se bodo odločale široke množice potrošnikov v naslednji sezoni. Za vse, ki v tekstilnem podjetju sprejemajo pomembne poslovne odločitve s področja oblikovanja, proizvodnje in prodaje tekstila in oblačil, je spremljanje modnih smernic, neprestano opazovanje in zbiranje informacij o ciljni skupini potrošnikov nujno potrebno (Podbevšek, 1998, str. 237).

3.1 OBLIKOVANJE MODNIH SMERNIC

Glavna modna središča 19. in 20. stoletja so Pariz, London, New York, Rim in Milano. Iz teh mest, ki so pritegnile modne ustvarjalce, prihajajo glasne modne smernice. K modi pa so prispevala tudi druga središča, na primer Hollywood. Na modo so vplivali tudi filmski kostumografi, predvsem v prvih desetletjih 20. stoletja, Vpliv televizije je bolj splošen; s prikazovanjem vojakov v uniformah, hipijev, malo znanih afriških plemen je prav tako pripomogla k širjenju ali k začetku določenih smeri. Moda je plod sodelovanja kreatorjev in odličnih trgovcev. Razen družbe in umetnosti so na modo vplivale tudi industrija, trgovina in znanost. Pri opisovanju mode v zadnjih 140 letih je treba upoštevati dejavnike, ki niso spremenili le mode same, ampak tudi odnos do nje. Moda in žensko gibanje sta tesno povezana dejavnika; včasih kot zaveznika, včasih kot sovražnika (O'Hara, 1994, str.7-9).

Modne smernice, ki so bolj ali manj spreminjale modni slog, so bile včasih nesmiselne ali zdravju škodljive (kljunasta obutev, steznik, visoke pete, debeli podplati ...). Nekonvencionalni modi so se ljudje podrejali zaradi prestiža in navdušenja nad modnimi novostmi. Zato so ji dovolili, da se je razmahnila v vsej svoji nesmiselnosti. Čeprav je telo ovirala pri gibanju, še posebno pri delu, se zaradi tega niso vznemirjali. Naj so se ženska oblačila navadno še tako razlikovala po zunanjem videzu, stilu in modnih dodatkih, so bila navadno sestavljena iz krila in zgornjega dela. Medtem ko se je moško oblačilo veliko bolj preoblikovalo kot žensko, je ženska noša naredila velik korak k preprostosti. Oblačilne spremembe, ki se danes menjajo štirikrat na leto, so se v preteklosti menjale v daljših časovnih obdobjih. V primerjavi s preteklostjo se nam zdijo današnja oblačila preprosta, včasih skoraj pusta. Zato lahko razumemo modne ustvarjalce visoke mode, da radi pobrskaajo po "stari zaprašeni skrinji" in privlečejo na dan oblačilne stile preteklosti. Moda zadnjih desetletij se pogosto razlikuje od preteklih obdobj, saj se tako kot nekoč predstavljajo razna modna pretiravanja, ki hitro padejo v pozabo in so prej razvedrilo kot pa potreba v vsakdanjem življenju (Ditz, 1998, str. 10).

Za oblikovanje modnih smernic sta potrebna tako časovna opredelitev kot začetek oblikovanja modnih smernic. Potem so tu še določljivost barve, linije in stili oblačenja ter predstavitev na mednarodnih sejnih (Barnard, 2005, str. 207).

Čeprav skušajo oblačila zadostiti nekemu namenu, ne bodo nikoli zadovoljila vseh družbenih zahtev. Brezčasna moda ni nikoli zastarela, a tudi nikoli nova. Kako naj se človek smeje sam sebi, norčuje iz drugih in zadovoljuje hrepenenje po novostih in spremembah, če moda ostaja bolj ali manj enaka? V zadnjih letih prevladujejo sadovi lahko dosegljive konfekcije, enaka oblačila se lahko najdejo v trgovinah v ZDA in Evropi (O'Hara, 1994, str. 10).

3.2 SLEDITI MODNIM SMERNICAM: DA ALI NE?

Vsebina modnih smernic ni naključna. Celotno okolje, družba in čas vplivajo na potrošnikovo vedenje, povezano z nakupovanjem modnih tekstilnih izdelkov. Želje in potrebe potrošnika pa morajo biti vodilo pri sprejemanju vsake poslovne odločitve. Upoštevanje ali zavračanje ponujenih modnih smernic je seveda odvisno od politike posameznega podjetja. V tujini si velike trgovske hiše ustvarjajo svojo lastno modno barvno paleto vsake sezone. Vzrok je v njihovi tržni strategiji, ki je usmerjena v proizvodnjo proizvodov z daljšo življenjsko dobo, kar izrazito barvno vpadljivi proizvodi niso. Predvsem je to mogoče v trgovskih hišah z že uveljavljenimi proizvodi, ki so posledica raziskovanja, razumevanja in upoštevanja potreb in želja njihovih kupcev. Določene barve, tako ostajajo njihove barve iz sezone v sezono, vendar se tudi te lahko spreminjajo v odtenkih.

Če pa se nek proizvajalec tekstilij ali oblačil ne odloči slediti ponujenim modnim smernicam, lahko hitro zaide v težave. Kupci, ki zastopajo večje trgovske hiše, želijo ponuditi potrošniku na svojih prodajnih policah barvno in stilsko koordiniran izbor izdelkov. Če se izdelki ne vklopijo v to ponudbo, hitro ostanejo prazni rok (Podbevšek, 1998, str. 241).

Kako mladi pridejo v stik s prihajajočo modo oziroma z modnimi smernicami? Tukaj bi izpostavila televizijsko oglaševanje, internet ter najstniške in modne revije (Cosmopolitan, Elle, Smrkla, Eva in druge). Mladi v najstniških revijah najdejo različne zgodbe o tem, kako naj bi izgledali, kako naj se oblačijo, da bodo moderni ... Poleg tega se že sama podoba revij razlikuje od ostalih, saj so najstniške revije polne svetlih barv, imajo vznemirljive in privlačne naslove in brezhbne naslovnice, ki kar same vabijo mlade bralce in bralke, da sežejo po njih. To so vsekakor revije, v katerih je močno prisoten vizualni kod, ki močno vplivajo na čutila mladih in jim poleg verbalnih nudi tudi vizualne užitke (Žagar, 2002, str. 18).

4 MODNI DODATKI

Modni dodatki imajo zelo pomembno vlogo pri našem videzu, saj so le-ti ključnega pomena, hkrati poudarijo tudi naš osebni slog. Skrbno izbrani dodatki lahko spremenijo povsem običajno obleko v opazeno in razburljivo. Vse je odvisno od razmišljanja in sprejemanja drugačnosti ter na kakšen način jih vključiti v garderobo. Pri vključitvi v garderobo moramo biti previdni, saj lahko z dodatki poudarimo drobne pomembnosti, nadgradimo slog. Napačna uporaba in pretiravanje pa lahko prej uničita kot ustvarita naš slog, saj z vsem, kar nosimo, postavljamo temelj za svoj videz.

K modnim dodatkom prištevamo:

- **čevlje:** čevlji so modni dodatki, ki lahko spremenijo celotno kombinacijo, od poslovne do sproščene variante in obratno,
- **nakit:** je idealen modni dodatek za izražanje edinstvenosti; nosljiv je skozi vso leto,
- **šali, rute:** šali in rute so odličen način, da v svojo garderobo vnesemo nekaj barv in potiskov,
- **pas:** lahko nadgradi celoten videz ali pa ga v celoti pokvari. Tanek pas se lahko kombinira z več pasovi skupaj. Za poudarek klasičnega sloga izberemo pas s potiskom ali pa v močni barvi (Cajhen, 2016).

K modnim dodatkom prištevamo tudi: kape, sončna očala, ure ... (Cajhem, 2016).

5 ŠOLSKE UNIFORME

Danes lahko učenci v šolah s svojimi oblačili izražajo svojo ustvarjalnost in domišljijo. Na to, kako se oblačijo učenci, vplivajo mediji, prijatelji, vera, okolje ... S svojim oblačenjem izražajo počutje in povedo nekaj o sebi. Med učenci so se tako razvili različni stili oblačenja in pojavile so se družbene razlike. Ponekod so to rešili z uvedbo uniform.

Uniforme so se najprej pojavile kot vojaške uniforme, od tam pa so se razširile še na druga področja – tudi v šole. V različnih šolah po svetu najdemo različne šolske uniforme. Ponekod so obvezne, spet nekje drugje pa jih sploh ne poznamo. Ko jih vidimo na internetu in televiziji, se nam to zdi privlačno, vendar si vedno znova težko predstavljamo, kakšen je občutek, ko si vsak dan oblečen enako. Najdaljšo tradicijo šolskih uniform ima Velika Britanija. Po večini šol so uniforme uvedli zaradi izpostavljanja nepremožnih otrok (Škrinjar, Božič, 2013).

Šolska uniforma je za učence predpisano oblačilo v osnovnih in srednjih šolah po mnogih državah sveta.

Tradicionalne deške šolske uniforma navadno sestavljajo: temne hlače in svetle majice ter suknjiči za hladnejše vreme.

Dekliške uniforme so sestavljene iz: temnega krila in bele bluze. Na določenih šolah so za dekleta namesto kril uvedli tudi temne hlače (Šolska uniforma b. d.).

RAZISKOVALNI DEL

6 NAMEN

Namen raziskovalne naloge je ugotoviti, kakšna je moda mladih. Zanimalo nas je predvsem, kakšen stil oblačenja imajo učenci predmetne stopnje (7., 8., 9. razred) Osnovne šole Hudinja, kje izvedo za modne smernice, kdo jim svetuje pri zbiru oblačil, kako pogosto in kje kupujejo oblačila, kaj jim je pomembno pri nakupu oblačil in ali uporabljajo modne dodatke. Želeli smo izvedeti, ali njihov stil vpliva na priljubljenost v družbi in kakšno je njihovo mnenje o uvedbi šolskih uniform.

7 HIPOTEZE

Pri opredelitvi hipotez smo se oprli na dosedanja teoretična izhodišča in raziskave, ki so bile do sedaj izvedene v slovenskem prostoru na področju mladih in mode.

H_1 = Učenci se najraje oblačijo v klasična oblačila

H_2 = Učenci za modne smernice izvedo iz medijev

H_3 = Učencem je pri nakupu oblačil pomemben predvsem izgled oblačila

8 VZOREC

Naš vzorec raziskovanja predstavljajo vsi učenci, ki obiskujejo 7., 8. in 9. razred Osnovne šole Hudinja. V raziskavi je sodelovalo 142 učencev. Anketni vprašalnik je rešilo 63 (55,57 %) dečkov in 50 (44,25 %) deklic.

9 POSTOPKI ZBIRANJA PODATKOV

Podatke smo pridobili z anketnim vprašalnikom (Priloga 1), ki je sestavljen iz vprašanj odprtega in zaprtega tipa.

V šoli smo v mesecu novembru med učence razdelili 142 anketnih vprašalnikov, ki so jih reševali pri razrednih urah. V začetku decembra smo dobili nazaj vseh 142 izpolnjenih anketnih vprašalnikov, od tega je bilo 29 nepopolnih, zato smo jih izločili iz nadaljnje obdelave. Vse anketne vprašalnike smo nato pregledali in odgovore analizirali ter izdelali tabele in grafe. Na koncu smo naše ugotovitve tudi zapisali.

10 MERSKI INSTRUMENT

Pri raziskovalnem delu smo si pomagali z anketnim vprašalnikom, sestavljenim iz 11 raziskovalnih vprašanj. Anketni vprašalnik zajema vprašanja zaprtega in odprtega tipa, ki so povezana s stilom oblačenja, modnimi smernicami, pomembnostjo pri nakupu oblačil, modnimi dodatki in vplivom stila oblačenja na priljubljenost v družbi. Anketni vprašalnik je bil anonimen.

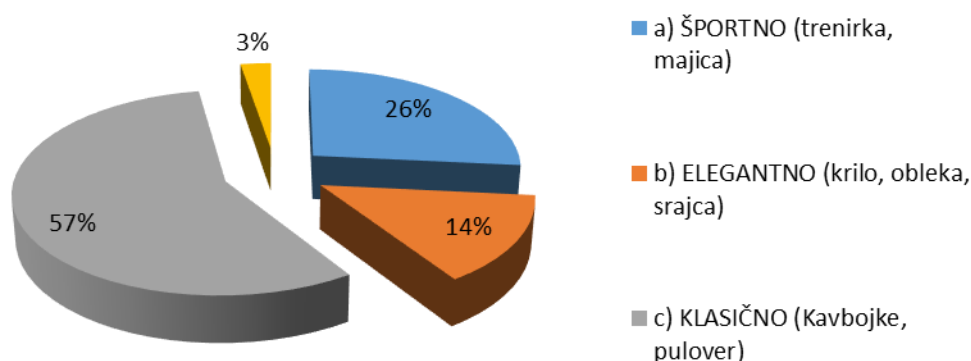
11 REZULTATI IN RAZLAGA

Pridobljene podatke sva po analizi prikazali v tabelah in grafih.

11. 1 ANALIZA

Tabela 1: Število (f) in odstotek (f %) za vprašanje številka 1: Kako se najraje oblečeš?

Kako se najraje oblečeš?	f	F %
a) ŠPORTNO (trenirka, majica).	30	26,55
b) ELEGANTNO (krilo, obleka, srajca).	16	14,16
c) KLASIČNO (kavbojke, pulover).	64	56,64
d) Imam čisto svoj stil. Kakšen? Napiši: _____	3	2,65
Skupaj.	113	100,00

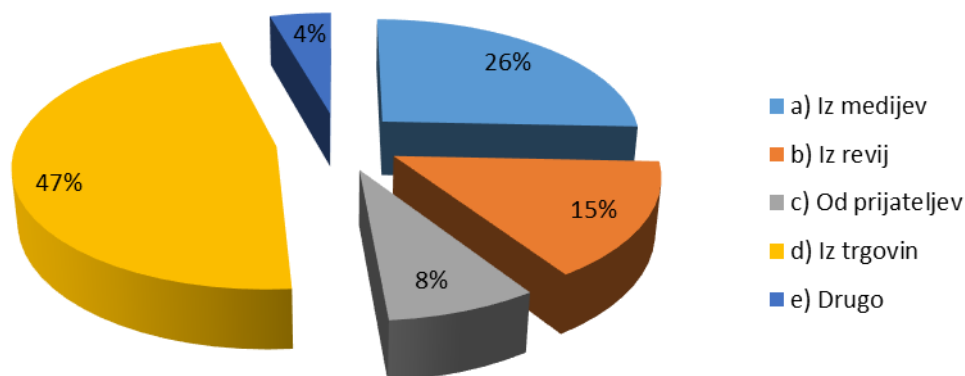


Graf 1: Kako se najraje oblečeš?

Tabela in Graf številka 1 prikazujeta podatke o tem, kako se učenci najraje oblečejo. Izkazalo se je, da se večina učencev (56,64 %) najraje oblečenih klasično, sledijo učenci, ki se radi oblačijo športno (26,55 %). Le majhen odstotek učencev se najraje obleče elegantno (14,16 %). Pod drugo pa so učenci navedli, da imajo svojstven stil oblačenja, ki je nekaj posebnega. Kot svoj "stil" so navedli kombinacijo več stilov (eleganten, klasičen, športen, karkoli po zadnji modi ...), raparski, skejterski ..., odvisno od počutja, razpoloženja, priložnosti in podobno. Teh je 2,65 %.

Tabela 2: Število (f) in odstotek (f %) za vprašanje številka 2: Kje izveš za modne smernice?

Kje izveš za modne smernice?	f	f %
a) Iz medijev.	29	25,66
b) Iz revij.	17	15,04
c) Od prijateljev	9	7,96
d) iz trgovin.	53	46,90
e) Drugo.	5	4,42
Skupaj:	113	100,00

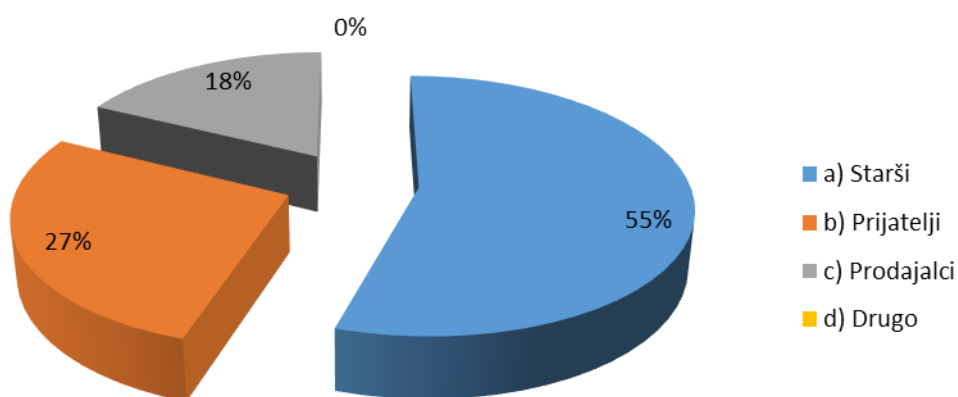


Graf 2: Kje izveš za modne smernice?

Analiza odgovorov glede na to, kje učenci izvedo za modne smernice, je pokazala, da največ (46,90 %) učencev izve za modne smernice iz trgovin. Iz medijev (televizija, internet) izve za modne smernice 29 (25,66 %) učencev. 17 (15,04 %) učencev za modne smernice izve iz najstniških in modnih revij. Od prijateljev za modne smernice izve 9 (7,69%) učencev. Za drugo se je odločilo 5 (4,42 %) učencev. Pod drugo so navajali, da zanje izvedo na ulici oziroma cesti, z opazovanjem ljudi okoli sebe ali pa se za modne smernice ne zanimajo.

Tabela 3: Število (f) in odstotek (f %) za vprašanje številka 3: Kdo ti svetuje pri izbiri oblačil?

Kdo ti svetuje pri izbiri oblačil?	f	f %
a) Starši.	62	54,87
b) Prijatelji.	31	27,43
c) Prodajalci.	20	17,70
d) Drugo.	0	0,00
Skupaj:	113	100

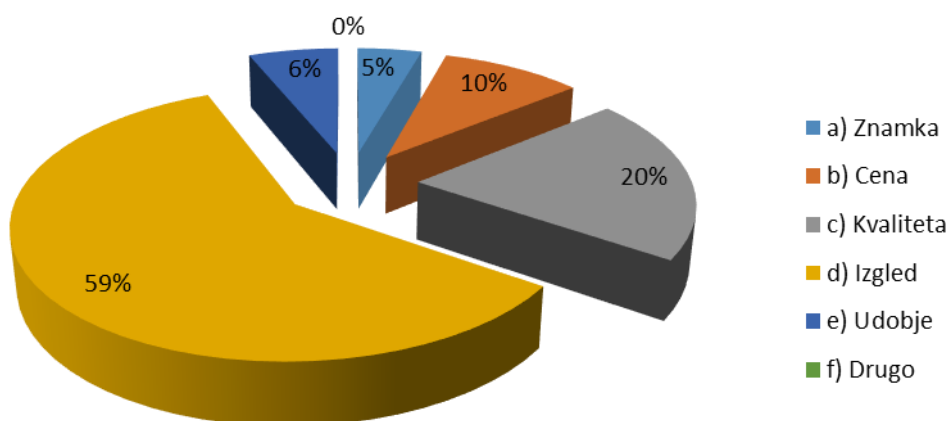


Graf 3: Kdo ti svetuje pri izbiri oblačil?

Tabela in Graf številka 3 prikazujeta podatke o tem, kdo učencem svetuje pri izbiri oblačil. Največ učencem (54,87 %) pri nakupu oblačil svetujejo starši. Manjšemu odstotku učencev (27,43 %) svetujejo prijatelji. Najmanj (17,70 %) učencev pa se poslužuje mnenja prodajalcev.

Tabela 4: Število (f) in odstotek (f %) za vprašanje številka 4: Kaj ti je pomembno pri nakupu oblačil?

Kaj ti je pomembno pri nakupu oblačil?	f	f %
a) Znamka.	5	4,42
b) Cena.	11	9,73
c) Kvaliteta.	23	20,35
d) Izgled.	67	59,29
e) Udobje.	7	6,19
f) Drugo.	0	0
Skupaj:	113	100

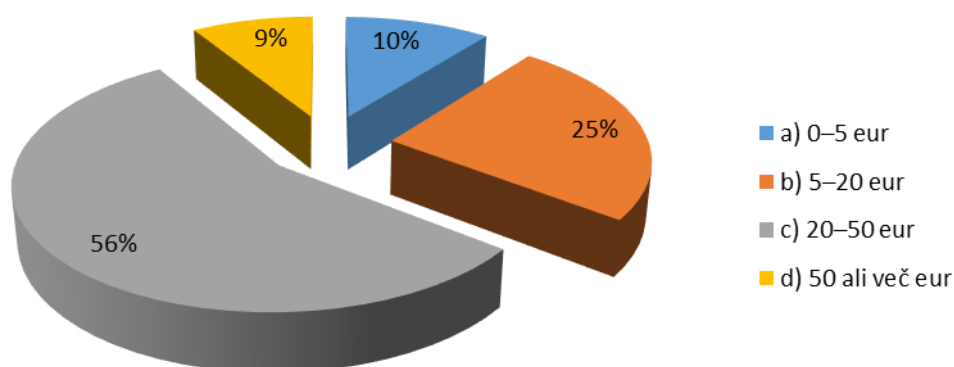


Graf 4: Kaj ti je pomembno pri nakupu oblačil?

Analiza podatkov glede na to, kaj je učencev pomembno pri nakupu oblačil, je pokazala, da je 59,25 % učencem najbolj pomemben izgled oziroma videz oblačila, kar smo tudi predvidevali. Sledi kvaliteta oblačil, na katero prisega 20,35 % učencev. Cena oblačil je pomembna 9,73% učencem. Udobje je pomembno le 6,19 % učencem, kar je zaskrbljujoče, saj so učenci za sledenje modnim smernicam pripravljeni nositi neudobna oblačila. Najmanj učencem (4,42 %) pa je pomembna blagovna znamka.

Tabela 5: Število (f) in odstotek (f %) za vprašanje številka 5: Koliko denarja si pripravljen zapraviti za oblačila v enem mesecu?

Koliko denarja si pripravljen zapraviti za oblačila v enem mesecu?	f	f %
a) 0–5 eur.	12	10,62
b) 5–20 eur.	28	24,78
c) 20–50 eur.	63	55,75
d) 50 ali več eur.	10	8,85
Skupaj:	113	100,00

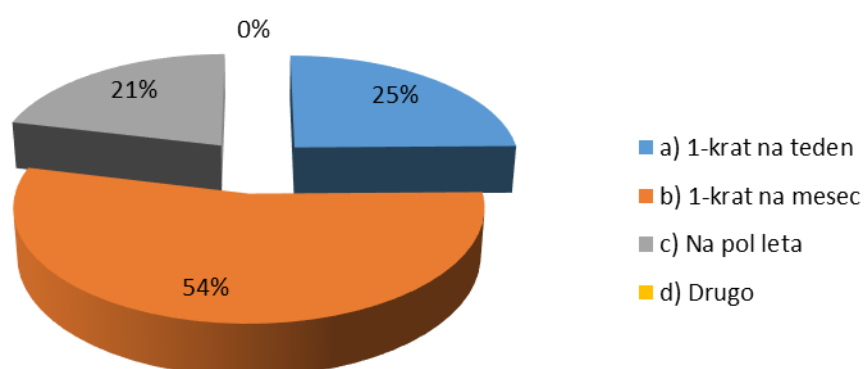


Graf 5: Koliko denarja si pripravljen zapraviti za oblačila v enem mesecu?

Tabela in Graf številka 5 prikazujeta podatke o tem, koliko denarja so učenci pripravljeni zapraviti za oblačila v enem mesecu. Po analizi rezultatov smo ugotovili, da je največ anketiranih učencev (55,75 %) pripravljenih na mesec zapraviti za oblačila 20–50 eur. Sledijo učenci (24, 78 %), ki so pripravljeni za oblačila porabiti 5–20 eur. Od 0 eur do 5 eur je pripravljeno zapraviti 10,62 % učencev. Nad 50 eur in več pa mesečno kupuje 8, 85 % učencev. Iz teh podatkov bi lahko sklepali, da mladi nakupu oblačil namenjajo precej denarja, kar pomeni, da veliko pozornost namenjajo svojemu zunanjemu izgledu.

Tabela 6: Število (f) in odstotek (f %) za vprašanje številka 6: Kako pogosto kupuješ oblačila?

Kako pogosto kupuješ oblačila?	f	f %
a) 1-krat na teden.	28	24,78
b) 1-krat na mesec.	61	53,98
c) Na pol leta.	24	21,24
d) Drugo.	0	0,00
Skupaj:	113	100

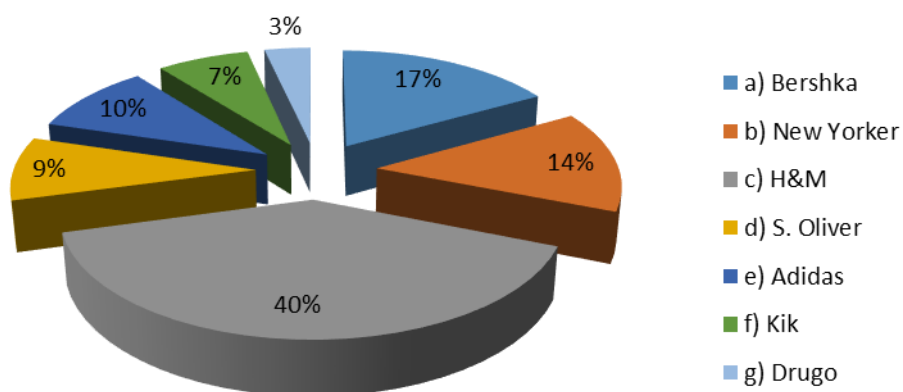


Graf 6: Kako pogosto kupuješ oblačila?

Iz Tabele številka 6 in Grafa številka 6 razvidno, da je več kot polovica (53,98 %) vprašanih učencev kupuje oblačila enkrat na mesec. Sledijo učenci (24,78 %), ki oblačila kupujejo enkrat tedensko. Manjši (21,24 %) pa je odstotek tistih učencev, ki kupujejo oblačila vsake pol leta.

Tabela 7: Število (f) in odstotek (f %) za vprašanje številka 7: V katerih trgovinah največkrat kupuješ oblačila?

V katerih trgovinah največkrat kupuješ oblačila?	f	f %
a) Bershka.	19	16,81
b) New Yorker.	16	14,16
c) H&M.	45	39,82
d) S. Oliver.	10	8,85
e) Adidas.	11	9,73
f) Kik.	8	7,08
g) Drugo.	4	3,54
Skupaj:	113	100

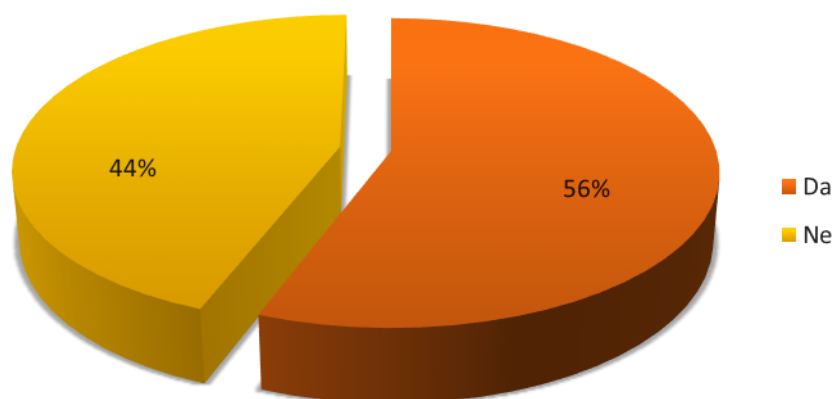


Graf 7: V katerih trgovinah največkrat kupuješ oblačila?

Po analizi podatkov smo ugotovili, da največ učencev kupuje svoja oblačila v H&M (39,82 %). Sledijo trgovine Bershka in New Yorker, nato Adidas in S. Oliver. Najmanj učencev (7,08 %) pa nakupuje v trgovini Kik. Pod drugo so 4 (3,53 %) učenci navedli, da nakupujejo v trgovini Mana, Zara in C&A.

Tabela 8: Število (f) in odstotek (f %) za vprašanje številka 8: Ali uporabljaš modne dodatke?

Ali uporabljaš modne dodatke?	f	f %
Da.	63	55,75
Ne.	50	44,25
Skupaj:	113	100,00

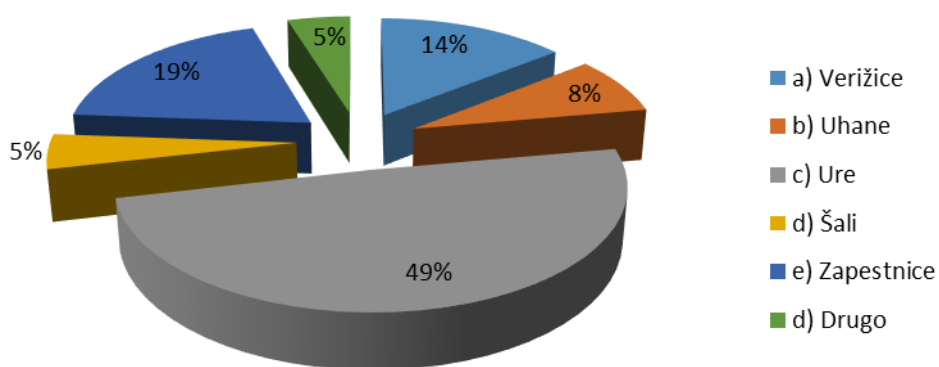


Graf 8: Ali uporabljaš modne dodatke?

Po analizi podatkov smo ugotovili, da večina anketiranih učencev uporablja modne dodatke, teh je kar 55,75 % učencev. Modnih dodatkov pa ne uporablja 44,25 % učencev.

Tabela 9: Število (f) in odstotek (f %) za vprašanje številka 9: Če si na prejšnje vprašanje odgovoril z DA, katere uporabljate?

Če si na prejšnje vprašanje odgovoril z DA, katere uporabljate?	f	f %
a) Verižice.	9	14,29
b) Uhane.	5	7,94
c) Ure.	31	49,21
d) Šali.	3	4,76
e) Zapestnice.	12	19,05
f) Drugo.	3	4,76
Skupaj:	63	100

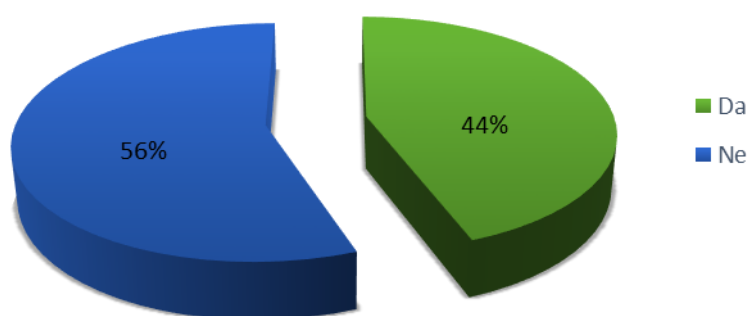


Graf 9: Če si na prejšnje vprašanje odgovoril z DA, katere uporabljate?

Tabela in Graf številka 9 prikazujeta podatke o tem, katere modne dodatke učenci uporabljajo. Največ učencev uporablja ure (49,21 %). Sledijo zapestnice, verižice in uhani. Najmanj (4,74 %) priljubljen modni dodatek med učenci pa je šal. Pod drugo so učenci navedli kapo in pas.

Tabela 10: Število (f) in odstotek (f %) za vprašanje številka 10: Ali stil oblačenja vpliva na priljubljenost v družbi?

Ali stil oblačenja vpliva na priljubljenost v družbi?	f	f %
Da.	50	44,25
Ne.	63	55,75
Skupaj:	113	100



Graf 10: Ali stil oblačenja vpliva na priljubljenost v družbi?

Analiza odgovorov je pokazala, da način oblačenja ne vpliva na priljubljenost v družbi. Tako je odgovorilo 55,75 % učencev. Zaskrbljujoč je podatek, da je prav tako veliko takšnih učencev, ki menijo, da stil oblačenja vpliva na priljubljenost v družbi. Teh je 44,25 %.

Učenci so odgovor tudi pojasnili. Zapisali so takole:

- pomemben je značaj in ne obleka,
- bolj kot si modno oblečen, bolj si priljubljen,
- stil oblačenja ni pomemben,
- rad se družim z nekom, ki se lepo oblači.

Analiza odprtega tipa vprašanja, kjer nas je zanimalo, kaj učenci menijo o uvedbi šolskih uniform je podala veliko različnih odgovorov, zato smo se odločili, da najpogosteje zapisane odgovore predstavimo v tabeli (Tabela 11).

Tabela 11: Kaj učenci menijo o uvedbi šolskih uniform?

Učenci
1. Niso mi všeč, ne podpiram jih, jih ne maram.
2. Nihče se ne želi družiti z nekom, ki je zanemarjenega izgleda.
3. Ni mi všeč, ker bi bili vsi enako oblečeni.
4. To bi bilo super, ker se drugi učenci ne bi več norčevali.
5. Ni potrebno, saj kviri stil oblačenja.

Tabela 6 prikazuje odgovore učencev o uvedbi šolskih uniform. Če dobljene rezultate povzamemo, vidimo, da so učenci mnenja, da ni potrebe po uvedbi šolskih uniform. Večkrat so navajali, da uvedbo šolskih uniform ne podpirajo, jim niso všeč, saj bi bili tako vsi enako oblečeni. S tem bi izgubili možnost, da se s svojim stilom oblačenja izražajo. Vendar pa je na drugi strani tudi nekaj takšnih učencev, ki bi ravno zaradi družbenih razlik bili za uvedbo šolskih uniform, tako bi bili vsi enaki.

11. 2 RAZLAGA HIPOTEZ

S pomočjo dobljenih rezultatov sva potrdili ali ovrgli hipoteze zastavljene pred začetkom raziskovanja.

H₁ = Učenci se najraje oblačijo v klasična oblačila

Domnevo, ki pravi, da se učenci najraje oblačijo v klasična oblačila, lahko v celoti potrdimo, saj se je izkazalo, da je večji odstotek učencev navedlo, da je njihov stil oblačenja klasičen, torej najraje oblečejo kavbojke in pullover.

H₂ = Učenci za modne smernice izvedo iz medijev

Trditev, ki pravi, da učenci za modne smernice izvedo iz medijev, lahko ovrmemo, saj se je izkazalo, da največ učencev informacije o modi in modnih smernicah dobi od trgovin, predvsem z ogledovanjem izložb. Ali bodo te smernice upoštevali ali ne, pa se odločijo sami.

Podatek nas je presenetil, saj ob ogromni podpori elektronskih medijev in prostega časa, preživetega pred njimi, zlahka pridemo do novosti v svetu mode.

H₃ = Učencem je pri nakupu oblačil pomemben predvsem izgled oblačila

Hipotezo, ki pravi, da je učencem pri nakupu oblačil pomemben predvsem izgled, lahko v celoti potrdimo, saj se je izkazalo, da je večini učencev (59 %) najpomembnejši videz. Hkrati pa se nam poraja vprašanje, kaj vse smo mladi pripravljeni "potrpeti" le za boljši izgled in sledenju modnim smernicam.

12 ZAKLJUČEK

Moda je odraz naše družbe, kulture in začasno sprejetih načinov življenja. Oblačila nam omogočajo komunikacijo z okolico, hkrati pa z oblekami izražamo precejšen del svoje osebnosti. V današnjem, hitro spreminjajočem se svetu so modne smernice postale del našega življenja.

Namen raziskovalne naloge je bil ugotoviti, kakšna je moda mladih. Zanimalo nas je predvsem, kakšen stil oblačenja imajo učenci predmetne stopnje (7., 8., 9. razred) Osnovne šole Hudinja, kje izvedo za modne smernice, kdo jim svetuje pri zbiru oblačil, kako pogosto in kje kupujejo oblačila, kaj jim je pomembno pri nakupu oblačil in ali uporabljajo modne dodatke. Prav tako smo želel izvedeti, ali njihov stil vpliva na priljubljenost v družbi in kakšno je njihovo mnenje o uvedbi šolskih uniform.

Spodbudni se nam zdijo podatki, da so starši kljub pomanjkanju časa, še vedno tisti, ki učencem svetujejo pri izbiri oblačil. Ugotovili smo, da se učenci oblačijo v tisto, kar jim je všeč, saj so izgled oblačila postavili na prvo mesto pomembnosti pri nakupu oblačil. Pomembno je, da najdejo stil, ki jim najbolj pristoji. Učenci imajo najraje klasičen stil oblačenja, ki je primeren za vsako priložnost.

Sklepamo lahko, da učenci svojemu zunanjemu izgledu namenjajo veliko pozornost, saj si vsak mesec kupijo kakšno novo oblačilo za svojo garderobo, za nakup katerega porabijo kar od 20–50 eur. Zanimivo se nam je zdelo dejstvo, da učenci za modne smernice ne izvedo iz medijev, ampak z ogledovanjem izložb po trgovinah.

Ugotovili smo, da je še vedno večji odstotek (56 %) tistih učencev, ki meni da se sama priljubljenost ne potrjuje skozi način oblačenja, ampak je samo del komunikacije z okolico – družbo. Pomembne so moralno-etične vrednote. Glede uvedbe šolskih uniform pa je večina učencev mnjenja, da to ni potrebno, saj bi s tem izgubili možnost, da s svojimi oblačili izražajo ustvarjalnost in domišljijo.

VIRI IN LITERATURA

- Bernard, M. (2005). *Moda kot sporazumevanje*. Ljubljana: Sophia.
- Cajhen, A. (2016). *5 pravil kako nositi modne dodatke*. Pridobljeno 21. 2. 2017 iz <http://style.over.net/5-pravil-kako-nositi-modne-dodatke>.
- Deu, U. (2004). *Privoščite si Online sladice*. Ljubljana: Ona, ženski magazin Dela in Slovenskih novi, Delo, d.d. str. 107.
- Ditz, M. (1998). *Oblačilni vitez skozi stoletja*. Ljubljana: Zavod republike Slovenije za šolstvo.
- Južnič, S. (1998). *Človeško telo med naravo in kulturo*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- O'Hara, G. (1994). *Enciklopedija mode: 1849–1990*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
- Podbevšek, T. (1998). *O modnih smernicah*. Tekstilec, št. 7/8, letnik 41, str. 237–242, Zveza inženirjev in tehnikov tekstilcev Slovenije. Ljubljana: Spoločno združenje tekstilne industrije Slovenija.
- Pušnik, M., Fajt, E. (2014). *Moda in kultura oblačenja*. Maribor: Aristej.
- Sam, A. (2006). *Oblačenje in moda* (dopolnjena izdaja knjige *Oblačenje*). Ljubljana: Jasa.
- Simmel, G. (2000). *Zbrani spisi o kulturi*. Ljubljana: Studio humanitas.
- Solomon, M., Rabolt, N. (2004). *Consumer behaviour in fashion*. New Jersey: Person Education.
- Škrinjar, K., Božič, A. (2013). *Šolske uniforme: vsi enaki ali vsi vojaki?* Pridobljeno 21. 2. 2017 iz <http://www.delo.si/novice/politika/solske-uniforme-vsi-enaki-ali-vsi-vojaki.html>.
- *Šolska uniforma* (b. d.). Pridobljeno 21. 2. 2017 iz https://sl.wikipedia.org/wiki/%C5%A0olska_uniforma.
- Todorović, A. (1980). *Sociologija mode*. Niš: Gradina.
- Žagar, P. (2002). *Zvezdnštvo v najstniških revijah*. Ljubljana: Diplomsko delo.

PRILOGE

Priloga 1:

ANKETNI VPRAŠALNIK

Pozdravljeni,

Smo učenke sedmega razreda Ana Dujaković, Isabela Hubert Pluemper in Tia Maria Turk, delamo raziskovalno nalogo z naslovom Mladi in moda. Pri tem bomo potrebovali vašo pomoč, zato Vas prosimo, da na vsa vprašanja odgovarjate resno. Anketni vprašalnik je anonimen. Za Vaše sodelovanje se vam iskreno zahvaljujemo.

Razred: _____

Spol: M Ž

1. Kako se najraje oblečeš? (Obkroži le en odgovor.)

- a) ŠPORTNO (trenirka, majica).
- b) ELEGANTNO (krilo, obleka, srajca).
- c) KLASIČNO (kavbojke, pulover).
- d) Imam čisto svoj stil. Kakšen? Napiši: _____.

2. Kje izveš za modne smernice? (Obkroži le en odgovor.)

- a) Iz medijev.
- b) Iz revij.
- c) Od prijateljev.
- d) Iz trgovin .
- e) Drugo: _____.

3. Kdo ti svetuje pri izbiri oblačil? (Obkroži le en odgovor.)

- a) Starši.
- b) Prijatelji.
- c) Prodajalci.
- d) Drugo: _____.

4. Kaj ti je pomembno pri nakupu oblačil? (Obkroži le en odgovor.)

- a) Znamka.
- b) Cena.
- b) Kvaliteta.
- c) Izgled.
- d) Udobje.
- e) Drugo:_____.

5. Koliko denarja si pripravljen zapraviti za oblačila v enem mesecu? (Obkroži le en odgovor.)

- a) 0–5 eur.
- b) 5–20 eur.
- c) 20–50 eur.
- d) 50 ali več eur.

6. Kako pogosto kupuješ oblačila (Obkroži le en odgovor.)

- a) 1-krat na teden.
- b) 1-krat na mesec.
- c) Na pol leta.
- d) Drugo:_____.

7. V katerih trgovinah največkrat kupuješ oblačila? (Obkroži le en odgovor.)

- a) Bershka.
- b) New Yorker.
- c) H&M.
- d) S. Oliver.
- e) Adidas.
- f) Kik.
- g) Drugo:_____.

8. Ali uporabljaš modne dodatke? (Obkroži le en odgovor.)

- a) Da.
- b) Ne.

9. Če si na prejšnje vprašanje odgovoril z DA, katere uporabljate? (Obkroži le en odgovor.)

a) Veržice.

b) Uhane.

c) Ure.

d) Šali.

e) Zapestnice.

f) Drugo:_____.

10. Ali stil oblačenja vpliva na priljubljenost v družbi? (Obkroži le en odgovor.)

a) Da.

b) Ne.

Pojasni: _____

11. Kaj meniš o uvedbi šolskih uniform?

Priloga 2:

IZJAVA

Mentor (-ica), Simona Turnšek, v skladu z 2. in 17. členom Pravilnika raziskovalne dejavnosti »Mladi za Celje« Mestne občine Celje, zagotavljam, da je v raziskovalni nalogi z naslovom Mladi in moda, katere avtorice so Ana Dujaković, Isabela Hubert Pluemper in Tia Maria Turk:

- besedilo v tiskani in elektronski obliki istovetno,
- pri raziskovanju uporabljeno gradivo navedeno v seznamu uporabljene literature,
- da je za objavo fotografij v nalogi pridobljeno avtorjevo (-ičino) dovoljenje in je hranjeno v šolskem arhivu,
- da sme Osrednja knjižnica Celje objaviti raziskovalno nalogo v polnem besedilu na spletnih portalih z navedbo, da je nastala v okviru projekta Mladi za Celje,
- da je raziskovalno nalogo dovoljeno uporabiti za izobraževalne in raziskovalne namene s povzemanjem misli, idej, konceptov oziroma besedil iz naloge ob upoštevanju avtorstva in korektnem citiranju.

Celje, 1. 3. 2017

žig šole

Šola: Osnovna šola Hudinja Celje

Podpis mentorja(-ice)

Podpis odgovorne osebe