

OŠ Šmarje pri Jelšah

RAZISKOVALNA NALOGA

MLADI IN MODA

**Razmišljanja mladih in ljudi, ki so poklicno povezani z vizualno kulturo,
o oblačenju in modi**



Avtorice:
Nadja Strašek, 8.a
Sara Mijailović, 8.b
Tadeja Kosovel, 9.a

Mentorica:
Tamara Malešević,
psihologinja

Šmarje pri Jelšah, junij 2006

ZAHVALA

Zahvaljujemo se mentorici Tamari Malešević za vodenje in pomoč pri izdelavi raziskovalne naloge, učiteljici slov. jezika Verici Vrešak, prof. Mateji Boršič in prof. Bojani Božiček pa za jezikovni pregled.

Dijakom gimnazije v Rogaški Slatini, I. gimnazije iz Celja in Umetniške gimnazije iz Ljubljane se zahvaljujemo za izpolnjevanje anket.

Ravnatelju OŠ Šmarje pri Jelšah Stanku Šketu in učiteljem pa se zahvaljujemo, ker so nam omogočili pogoje in čas za naše delo.

Tudi tokrat ne bi šlo brez podpore naših staršev...

Nadja, Sara in Tadeja

KAZALO

1. TEORETIČNI UVOD

1.1 ZAKAJ SE OBLAČIMO?	4
1.2 POJASNITEV POJMOV	5
1.3 ZGODOVINA MODE	7
1.4 MODA V SODOBNI DRUŽBI	8
1.5 MODNI FENOMENI	11
1.6 MODNA SCENA	13

2. CILJI IN PROBLEM NALOGE.....15

3. PREDPOSTAVKE (hipoteze).....15

4. POSTOPEK RAZISKOVANJA.....16

4.1 Opis ankete	16
4.2 Opis anketirancev	16
4.3 Opis izvedbe	16

5. PRIKAZ REZULTATOV

5.1 Tabelarni in grafični pregled rezultatov ankete komentarjem.....	17
5.2 Vsebinske primerjave odgovorov intervjuvancev.....	37
5.3 Doživetja ob modni reviji.....	39

6. POVZETEK.....41

LITERATURA in VIRI.....43

PRILOGE:

1. Anketa za gimnazijce o modi mladih.....	44
2. Intervjuji z: likovnim pedagogom, modno oblikovalko, vizažistko, manekenko.....	47

1. TEORETIČNI UVOD

Oblačila si izbiramo v skladu s svojim značajem, počutjem in predstavo o samem sebi, pa tudi z vlogo, ki jo igramo v svojem življenju, družbi, okolju.

V kulturi oblačenja se namreč kažejo vse značilnosti družbe. Moda je kot njeno ogledalo, saj se v njej zrcali čas z vsemi tehnološkimi dosežki, razmahom kulture, nasprotji, hrepenenji in razpotji. Zato je občutljiva in spremenljiva.

1.1 Zakaj se oblačimo?

Zakaj se oblačimo? Tega pravzaprav ne vemo.

Niti eden od znanih odgovorov - da zavarujemo telo pred hudim mrazom; da skrijemo » tisto, kar se ne sme videti«; da se polepšamo; da » obleka naredi človeka«- ne pojasnjuje splošne potrebe po oblačenju. Človek se namreč oblači tudi takrat, ko bi se bolje počutil brez obleke, obenem kaže nago telo brez občutka sramu (javna kopališča, plaže, savne...) (Sam, 2006).

OBLAČENJE KOT KAZEN

Po prvotni zamisli Stvarnika naj bi človek živel brez obleke.

Spomnimo se Adama in Eve, ki sta bila naga. Nista se zavedala golote. Šele, ko sta pojedla prepovedano jabolko, sta spoznala, da sta naga, in občutila sram. Naredila sta si nekakšne predpasnike iz figovih listov in skrila »tisto, kar se ne sme videti«.

Bog Jahve je bil besen in strog. Vrgel jima je obleko iz kož in ju nagnal iz raja.

S tem, ko je Bog oblekel Evo in Adama, je v človeški vrsti zakoreninil potrebo, ki nam bo v večno breme.

Upoštevati moramo še to, da človek za svoj videz porabi tudi veliko denarja, časa in energije- da bi obleka res lahko bila kazen (Sam, 2006).

FUNKCIONALNO - ESTETSKI RAZLOGI OBLAČENJA

Dober razlog za oblačenje sta telesno in duševno ugodje. V širokem oblačilu iz naravnega materiala je telo zaščiteno in hkrati svobodno. Zavest, da smo tudi najiminenitnejše dele telesa zavarovali pred umazanijo in nečednimi pogledi, in da se obenem kot gazele ali levi lahko neovirano gibljemo, nam prijetne občutke še poveča. Če nam ob izjemni usklajenosti barv in čistih linij obleke zatrepetajo čustva, je zadovoljena tudi duša. Če smo s tem lepa čustva vzbudili tudi v svoji okolici, je naše zadovoljstvo še večje.

Tako so kakovostno zadovoljene naše dejanske potrebe po oblačenju.

Upoštevajoč dejanske potrebe, človek neprestano izpolnjuje materiale za izdelavo ter oblike oblačil in dosega nove elemente estetskega. Obleko zamenja zaradi iztrošenosti, oziroma ko si izmisli funkcionalnejšo in lepšo.

Na podlagi dejanskih potreb po oblačenju- zaščita telesa, estetizacija življenja, spoštovanje splošno sprejetih običajev in moralnih norm- temelji koncept oblačenja, ki ga iz razumljivih razlogov imenujemo funkcionalno-estetski.

1.2 Pojasnitev pojmov

Kaj je moda?

Kaj je moda, najbolje ponazarja rek Jamesa Laverja, ki pravi: »Moda deset let pred svojim časom je nespodobna, deset let pozneje je ostudna. Stoletje pozneje postane romantična. «Vsaka generacija se namreč posmehuje stari modi in religiozno sledi novi. Moda je poplava novih idej, barv, materialov, krojev in vzorcev, ki na novo poskuša zamenjati staro in preizkušeno. Če je nekaj modno, je sodobno. Je stil, ki je aktualen – popularen, pri čemer stil predstavlja osnovno obliko izdelka. Ironija pa je v tem, da neka stvar lahko postane modna kar naenkrat, prav tako hitro lahko tudi zastari. Splošna značilnost mode je njena kratkotrajnost.

Prav zato se beseda moda uporablja predvsem za besedi, ki imata pri ljudeh slabšalni pomen: »kaprica« in »čedni nagon«. Moda je najprej elitna, potem doseže množice, nato zamre. Sledi ji nova smer. Moda je torej odsev trenutka, spreminjajoč se odsev nas samih in časa, v katerem živimo. V enciklopediji mode zasledimo razlago, da je **moda v določenem času uveljavljeni kroj oblačil, obutve, modnih dodatkov, barve**. Označuje slog in okus časa pri najrazličnejših predmetih vsakdanje uporabe in ne le oblačil. Pojem »moda« ne pomeni samo mode v oblačenju, ampak tudi drugih stvari – avtomobilih, televiziji, jedeh, akademskih raziskavah itd. **Pojmovanje naj bi izviralo iz latinske besede *modus*, kar pomeni način.** (www.wikipedia.com)



Slika: Kreacija U. Drogenik

Slovarček manj znanih pojmov, ki so povezani z oblačenjem (O' Hara, 1994):

alba – do pete segajoče, široko liturgično krilo iz belega platna z dolgimi, ozkimi rokavi, odprtina za glavo in prsnim razpokom

badge – priponka

baskovka – bareta

batavia – tkanina iz naravne svile v keprovi vezavi za bluže

berta – ovratnik v obliki pelerine iz sredine 19. stoletja, običajno narejen iz čipk Gl. OVRATNIK

big – shirt – velika ohlapna ženska srajca, krojena po moški športni srajci

bikini – dvodelna minimalna ženska kopalna obleka

bizam – dragoceno črno krzno podgane pižmovke

boa – dolg, ozek puhast šal iz PERES ali krzna

čepce – glavi se prilagajoče žensko pokrivalo, navadno iz čipk

dečva – živo pisana ženska obleka podobna vzhodno alpski noši – dirndlu – iz širokega, nabranega krila, spredaj zapetega ozkega životca s škrici ali brez njih, s kratkimi ali dolgimi rokavi. Zraven se nosi bel ali pisan predpasnik

dekolte – globok vratni izrez na životcu bluže ali obleke

frak – slavnostni moški suknjič, ki ima zadnji del močno podaljšan in visoko preklan

gamaše – prevleka za čez čevlje, izdelana iz platna, sukna ali usnja, ki varuje gležnje ali tudi meča pred mrazom in snegom

hlačevina – skupno ime za bombažne ali cenene pol volnene tkanine, ki se uporabljajo za izdelavo hlač

vizažistka – modna oblikovalka

kamižola – kratek, navadno oprijet moški suknjič iz platna ali sukna

plet – 1. pleteno ali kvačkano volneno ali sintetično ogrinjalo, navadno trikotne oblike z resami. Nosi se okoli ramen in se ohlapno zavezuje spredaj na prsih.

2. volnena tkanina v škotskem karu, ki se uporablja kot šal in potovalna odeja.

3. karirasta ali progasta, deloma tudi kosmatena tkanina iz različnega materiala za podlago

tutu – tradicionalno kratko baletno krilo v obliki krožnika, izdelano iz več plasti tila, muslina, svile ali najlona. V romantičnih baletih je daljše in sega do sredine meč, pri čemer izgubi krožnikasto obliko.

1.3 Zgodovina mode

PRAZGODOVINA: V prazgodovini so bile obleke narejene iz živalskih kož, listja in trave.

STARI VEK: V starem veku se pričnejo pojavljati prve omembe vredne obleke; ki so bile podobne današnjim. Pojavi se svila, iz katere si naredijo obleko. V Rimskih imperijah imajo bogate obleke. Vojaške obleke izdelujejo tudi iz raznih lažjih in težjih kovin, ki jih takrat odkrijejo.

SREDNJI VEK: Obleke so podobne oblekam iz starega veka, le da se pojavijo tudi dragi kamni in obleke posipajo z njimi, saj verjamejo, da so tako več vredni. Preprosta ljudstva imajo še vedno slaba oblačila iz preprostih materialov, ki so bili najcenejši. Ker se začnejo razvijati mesta, se pojavijo tudi prve trgovine z blagom, kjer si meščani, kmetje in plemiči izbirajo obleke, takšne kakor jim dopuščajo njihove finance.

NOVI VEK: Obleke so bile zelo nakičene in iz dragih materialov, narejene zelo široko in z obroči, ki so držali krilo na široko, saj so bile tako dvorne gospodične in gospe vedno v središču pozornosti. Tekmovale so katera bo imela najlepšo obleko.

OD PRVE SVETOVNE VOJNE DO DANES: Obleke se začnejo spreminjati. Pojavi se nova moda preprostih in elegantnih linij. Do danes se moda ni veliko spreminjala, sedaj pa se začneja uveljavljati takratna prva moda!

Skozi zgodovino je obleka postala razpoznavni znak in simbol ene vrste, ki je kristalizirala nov, izstopajoč in prevladujoč položaj v vsem živem svetu. Opazno razlikovanje zaradi obleke, vidnost vsake zunanje spremembe je človekove pripadnike vzpodbujala k stalnemu spreminjanju svoje zunanosti. Tako je mogoče pojasniti sorazmerno hiter razvoj orodij za izdelavo obleke in nakita; zgodnje odkrivanje barv, izjemno spretnost pri izdelavi oblek in nakita, tetoviranje in barvanje kože (Sam, 2006).



Slika: Zgodovina mode

1.4 Moda v sodobni družbi

V današnjem času, polnem hitenja in spreminjanja, se tako obnaša tudi moda. Včasih določen trend izgine še hitreje, kot se pojavi. Moda se ne omejuje le na oblačila, je skupek življenja, časa, družbenih sprememb, kulture, umetnosti, tehnologije, načina življenja in še bi lahko naštevali. Mi se bomo omejili na modo oblačenja.

V preteklosti se je moda spreminjala počasi. Veliko vlogo pri spreminjanju sta imeli likovna in literarna umetnost, ki sta določali slog, selili pa sta se tudi na oblike in dekoracije oblačil. Moda je tudi odraz želje po nenehnem spreminjanju, iskanju nečesa novega, boljšega, popolnejšega, svobodnejšega. Vsaka generacija želi dati svojemu času poseben pečat.

Moda je danes tudi veliko profitno tržišče, vse vajeti pa imajo v rokah veliki modni centri, kot so: Pariz, Rim, Milano, London, New York in Tokio. V teh modnih centrih se moda določa za dve leti naprej. Vnaprej določijo tudi barve, materiale in kroje oblačil.

Vsako leto znani stilisti predstavijo svoje izdelke na modnih revijah, ki so namenjene bolj užitekstvu in umetniškemu ustvarjanju, kot pa uporabi in nošenju. Vse ideje z modnih revij gredo nato v modno industrijo, kjer poskusijo iz idej iztržiti največ in na trg poslati izdelek, ki se bo dobro prodajal. Kupci so seveda sodniki. Če vzamejo novo modo za svojo, je uspeh zagotovljen.

Da bi bili lepo oblečeni, moramo nositi oblačila, ki so primerna za nas, dopolnjujejo in izražajo našo osebnost in naš osebni stil. Oblačila morajo biti primerna priložnosti in družbi, v kateri se gibljemo. Seveda se moramo ozirati tudi na modo. Najpomembneje je, da se v opravi dobro počutimo in smo urejeni.

V zadnjih letih nas razne revije, televizijske oddaje in knjige poučujejo o barvah, ki so primerne za tak ali drugačen tip osebe. Težava ostaja v izbiri ustrezne oprave. Rešitev je nasvet stilista, ki nam z upoštevanjem naših želja pomaga določiti stil in predlaga primerna oblačila. Najpomembnejše pri stylingu je seveda izbrati ustrezno oblačilo, ki naše naravne linije poudari, skrajša, zoži ali podaljša, odvisno pač kaj želimo. Da lahko do popolnosti oblikujemo svoj stil moramo izbrati ustrezne barve, kroje, materiale, dodatke, pričesko in make-up.

Obrt in industrija

Obrt in industrija ne ustvarjata mode, lahko pa jo pospešujeta in sta obenem odvisni od nje. Pred časom je bil vpliv modne industrije na oblikovanje trendov dokaj »diktatorski«. Poleg industrije so imeli v svetu tedaj močan vpliv na oblikovanje modnih trendov tudi slavni kreatorji visoke mode. Sčasoma je s strani slednjih začela naraščati uporaba množičnih medijev, kot so TV, radio in modne revije, zadnje čase tudi splet. Z novimi oblikami komuniciranja pa so proizvajalčevi grosisti nehote postali potrošnikovi »diktatorji« izbire oblačil, saj oblikujejo tržno ponudbo in izvajajo promocijo izdelkov. Modna industrija ima nedvomno močan vpliv na oblikovanje trendov. Ta vpliv pa se s povečevanjem števila blagovnih znamk še povečuje.

Zaradi velike konkurence med podjetji je zagotavljanje konkurenčne sposobnosti v oblačilni industriji v veliki meri odvisno od pripravljenosti podjetja na prilagajanje notranje organizacije in procesov kakovostnim zahtevam kupcev.

Te zahteve se nanašajo predvsem na kakovost, prilagodljivost, dobavne roke, dopolnilne storitve, ekologijo in ceno. Želje kupcev in njihova zadovoljitev pomenita v povezavi s ceno in kakovostjo izdelkov in storitev pomemben faktor uspešnosti pri zagotavljanju konkurenčne sposobnosti v oblačilni industriji.

Zakaj se moda spreminja?

Če se ozremo naokrog, opazimo, da mimo nas švigajo ljudje v vedno novih oblačilih – kljub temu da njihova stara še zdaleč niso ponošena. V 20. stoletju se je zelo razmahnila industrializacija tekstilne proizvodnje. Kot v vsaki panogi si tudi v tekstilni panogi želijo prodati čim več izdelkov. Moda je tako eden od mehanizmov, s katerimi centri tekstila usmerjajo in profitno obvladujejo tržišče. Vsako leto imamo dve modni sezoni: pomlad-poletje in jesen–zima.

V modnih središčih Pariz, Rim, Milano, London, New York, Tokio modne smernice oblikujejo že leto do dve vnaprej. Odvisno od uporabnikov je, kako se bodo uveljavile. Predvidene so barvne lestvice, kombinacije, vzorci, materiali in osnovni kroji oblačil, saj trg zahteva vedno nove in sveže ideje.

Vsako modno sezono znani stilisti svoje umetniške ideje pokažejo v užitek obiskovalcev na kolekcijah visoke mode.

Slednje se nato preoblikuje v bolj praktično in uporabno modo – pret-a-porter.

Modne revije in sejmi mode

Veliki modni oblikovalci in hiše visoke mode svoje novosti predstavijo na modnih revijah, na katere povabijo kupce, pomembne osebnosti in novinarje. Glavna modna središča 19. in 20. stoletja so Pariz, London, New York, Rim in Milano. Iz teh mest, ki so pritegnile modne ustvarjalce, prihajajo glavne modne smernice. K modi pa so prispevala tudi druga središča, na primer Hollywood. Posnetke s teh modnih revij objavijo v modnih časopisih in posebnih televizijskih oddajah, in tako je z modnimi novostmi in norostmi seznanjen kar najširši krog ljudi. Modna industrija predstavlja svoje dosežke na specializiranih modnih sejmih, ki so izrazito delovne narave in niso namenjeni navadnim radovednežem.

Danes so modne revije namenjene oglaševanju in v borbi za prostor v revijah in na TV ekranih oblačila zasedejo šele drugo mesto za vsem ostalim. Vendar pa so relativno nedavni fenomen. V prvotni zamisli, ko se še ni govorilo o gotovi modi, so bile modne revije haute couture rezervirane za redke izbranice, kjer so veliki krojači predstavljali najnovejše kreacije svojim strankam, v glavnem premožnim ženskam iz visoke družbe, med katerimi je bila tudi kakšna slavna osebnost. Stranke so se posedle po dragocenih naslanjačih in si zapisovale številke na napisih, ki so jih nosile neznane manekenke. Njihova naloga je bila, da so bile čimbolj nevidne, da so oblačila na njih prišla boljše do izraza.

Življenjski cikel mode

Modni izdelki imajo življenjsko dobo, ki je kratka. Praviloma traja eno modno sezono ali en modni cikel. V prvi fazi modni izdelek kupijo le posebneži, ki želijo izstopati in si lahko privoščijo visoke cene, v drugi fazi se trg razširi na posnemovalce, v tretji fazi pa modna novost zaradi množične proizvodnje in nizkih cen doseže večino porabnikov.

Moda ima veliko sugestivno moč. Reklama skuša časovno in prostorsko stopnjevati potrošnjo. Vsaka modna novost je moda samo toliko časa, dokler ni preveč razširjena.

Modni cikel se v končni fazi zaključi, ker modni izdelek izgubi pridih modnega in odmre.

Ljudje v novejšem času ne kupujejo oblek, ker se obrabijo. V tem primeru bi propadlo veliko proizvodnih in trgovskih sistemov. Da ekonomija najrazvitejših dežel ne bi oslabela, so te države iznašle formulo estetskega staranja oblačil. Lepota obleke traja šest mesecev. Po šestih mesecih lepa obleka ni več lepa. Pri uveljavljanju mode jim pomagajo mediji in mi sami, ki »ne moremo zgrešiti«, če se oblečemo po modi. Le tako se počutimo sprejeti.

Pomen blagovne znamke v modi

Moden postane tisti izdelek, ki uspe združiti uporabno vrednost, v resnici je skoraj neodvisen od tega, in zmožnost pritegniti pozornost, biti središče pogovorov, pomembna tema v družabnem življenju. Ta simbolični in komunikacijski pomen mu na nek način pomaga vdahnuti blagovna znamka.

Masovno in elitno tekstilno industrijo ločimo po kakovosti. Kakovost zajema ne le tehnično krojaško izvedbo, ampak tudi estetiko in stil. Podjetja lahko kakovost izboljšajo v materialnem ter nematerialnem smislu.

Slovenci in moda danes

V prejšnjem sistemu smo bili Slovenci precej uniformirani v oblačenju. Ni bilo namreč zaželeno, da bi z obleko preveč izstopali. Z višjim standardom in posnemanjem zahoda pa se je tudi v naših ljudeh prebudila potreba po enkratnosti in neponovljivosti, ki se kaže udi v načinu oblačenja.

Na višjih pozicijah kot so ljudje v družbi oz. više na družbeni lestvici se nahajajo, večja je ta potreba po občudovanju in več so tudi pripravljeni plačati za to.

Z raznimi imenovanji, kot sta npr. najlepše oblečen Slovenec/Slovenka, so ti ljudje, ki so bolj na očeh javnosti, še pod večjim pritiskom, kako naj se oblačijo, da bodo »moderni«. Plod tega so razni modni časopisi – nekatere od njih smo do pred kratkim lahko brali le v tujih jezikih – ter oddaje na radiu in televiziji, ki večinoma kažejo modne smernice prav za te ljudi. Zato, da smo primerno »modno izobraženi«, poskrbijo tudi modne hiše, ki so našle pot v našo deželico, svoj prostor pod soncem pa si poskuša izboriti tudi vedno več slovenskih modnih oblikovalcev. Po mnenju Angelosa Baša je za slovensko modo v zadnjih 300 letih veljalo vse, kar je bilo značilno za način oblačenja v drugih delih Srednje Evrope. Kljub temu da se stvari izboljšujejo in iz šol prihaja vedno več in atraktivnih modnih strokovnjakov, pa so razmere v tekstilni industriji dokaj črne. Po raziskavah Helene Verbič Filipič slovenska izvozna proizvodnja poteka skoraj v celoti v obliki do delavnih poslov, ki zajemajo okoli 80% zmogljivosti naše tekstilne industrije. Zato obstajajo pritiski na znižanje cen. Premajhne notranje rezerve in akumulacija slovenske tekstilne industrije ne dopuščajo tekočega spremljanja sodobnega tehnološkega razvoja in opravljanja mednarodnih tržnih raziskav. To vodi v nadaljnje zaostajanje za razvitim svetom in padeč konkurenčnosti. Po mnenju mnogih modnih poznavalcev smo Slovenci v oblikovanju modnih oblačil odlični sledniki, vendar pa slabi inovatorji.



Slika: Moda danes

1.5 MODNI FENOMENI

Jeans - kavbojke

Kot večina velikih sprememb se je tudi jeans pojavil neopazno. Platno, iz katerega so sešili prve kavbojke, je bilo namenjeno za šotore.

Desetletja so v Ameriki hlače iz jeansa veljale kot oblačila rudarjev, pastirjev in gozdih delavcev. Zaradi neudobnosti (trdote) ter puščobnosti (hladno sive ali modre barve) niso bile širše sprejete. Očitno pa je kruta stvarnost – težaško delo in revščina – omenjene kategorije prebivalcev prisilila, da so nosili oblačila iz trdega platna. Da so v določenem času hlače (manj kot druga oblačila) iz jeansa (rekli so jim farmerke, kavbojke, leviske...) zakorakale čez ves planet, se je moralo zgoditi nekaj res velikega.

Hitro se je pokazalo, da se potreba po jeansu ni izživela v nekaj modnih sezonah. Ne glede na to, ali so strokovnjaki blagovnega marketinga spoznali prave razloge za to ali ne, se je industrija prilagodila utripu ulice. Propagandisti modnih kampanj nikoli niso izjavili, da jeans ni v modi.

Krznno

V laboratorijih znanstvenih inštitutov so v zadnjih petdesetih letih nešteto krat dokazali, da krznena in usnjena oblačila kot drugi predmeti iz tega materiala vsebujejo nedovoljene količine strupenih snovi. Znano je tudi to, da krznena in usnjena oblačila povzročajo motnje krvnega obtoka, dražijo kožo in pospešuje njeno staranje.

Pojasnjevanje, da krznene in usnjene obleke v resnici ne potrebujejo, je pravzaprav odveč.

Zamišljamo si, da krznno in koža raste na njivi kot konoplja. Ali bi ju človek tudi potem tako želel? Zagotovo ne! Zaradi relativne teže in nevoljnosti krzna in kože se taka obleka ne ujema s človeškim telesom.

Častilcih krznenih in usnjenih oblačil se seveda ne zavedajo nekaterih večnih zakonitosti. Na pripadnikih iste vrste, ista obleka ni enaka. Kajti obleka je na nek način »podaljšek« kože, koža je del telesa, telo pa pogosto doživljamo kot odsev duše. Zato je vsak oblačilni predmet delno podoben tistemu, ki ga nosi. Poleg tega je struktura bitja določila obleko – tigrova je privita k telesu in manj vpadljiva, pavja je veličastna po barvi in obliki. Če bi naprimer tiger prevzel pavjino obleko in pav tigrovo, bi prišlo do njunega preoblikovanja. Ne bi bila več isti bitji, zato, v naravi, ni želje po prevzemanju obleke drugih (Sam, 2006).

Kravata

Teh nekaj stoletij, kar obstaja kravata, se je veliko razpravljalo o njenem (ne) smislu. Med agrumenti njenih zagovornikov so: dokaz elegance, znak dostojanstva, pika na i. Od nekdaj prekrivajo funkcionalno, estetske in zdravstvene protiargumente (Sam, 2006).

Mini krilo

V današnjem času je vse več spolnosti in vse manj ljubezenske čarovnije. K brezosebnosti odnosu moški – ženska je največ pripomoglo mini krilo.

Ko je na javnem mestu pokazala svoje stegno, je ženska porušila ustaljeni naravni red. Izpostavila se je na erotičnem sejmu in vsem ponudila tisto, kar izvorno pripada enemu samemu.

Ko je ženska oblekla mini krilo, njena stegna niso bila več samo njena (Sam, 2006).

Pričeska

-je način urejanja las, ki se spreminja glede na modo. V posameznih zgodovinskih obdobjih in deželah so prevladovali različne modne smeri (O'Hara, 1994).

Kozmetika – make-up

Že davno je človek spoznal, da se duša zrcali na obrazu. Ženske so ga prekrile s tekočim pudrom, tušem za trepalnice, rdečilom za ustnice. Preusmerile so našo pozornost na barvo las, vpadljivo pričesko, veličasten klobuk, uhane, ogrlice... Malce manj so prepričljivi moški z velikimi temnimi očali, tekočim pudrom, uhani in vpadljivo pričesko (Sam, 2006).

Modni dodatki

Če mislimo, da so sandali z debelimi podplati muha enodnevnica, smo se zmotili. Pravi modni bum bodo doživeli šele letos. Ob njih so svoje mesto našli še cikle in natikači s precej debelo peto (stil 70. let), sandali z nešteto pasovi in razkošna različica klasičnega sandala, posuta z bleščicami. Nizek model se je ohranil le v najbolj prestižni obliki (pošit s kamenčki in z bleščicami). Torbice se iz ramena selijo v roke. Največ pozornosti so oblikovalci namenili detajlu-sponki. Material: potiskano platno, kombinacija usnja in blaga.

Klobuki

V preteklosti so ženske uporabljale klobuke, da bi se zakrile in delovale bolj nedolžno. Klobuki niso tak dodatek, ki bi bil zmeraj popularen. Včasih je, včasih ni. Danes dekleta nosijo klobuke, da bi izgledale bolj ženstvene ali pa bolj nevarne.

Nakit

Ženske so bile po naravi zmeraj bolj nežne kot moški in so se že v prazgodovini začele "krasiti" z like ali nakitom, ki so ga same izdelale. Danes teh težav nimamo več, saj je nakita že toliko, da ga ne moremo prešteti.

Pletenine

Ko smo bile majhne, so nas učili, da moramo nositi šal, rokavice in debele nogavice, ko je bilo mrzlo. Z leti smo na te "običajne" stvari začele gledati kot na modne dodatke, ki jih lahko nosimo na različne načine. Z njimi se lahko zabavamo in izražamo naše počutje.

Torbice in čevlji

Torbice in čevlji so nepogrešljiv modni dodatek vsake ženske. So različnih oblik, barv, velikosti.

1.6 Modna scena

Modni oblikovalci:

Dolce & Gabbana

Domenico Dolce se je rodil leta 1958 v Polizzi Generosa v Palermu, Sicilija. Študiral je modno oblikovanje v Siciliji in nato deloval v družinskem podjetju z oblekami. Stefano Gabbana se je rodil v Benetkah, Italija. Študiral je grafično oblikovanje. Njuno skupno delo se je začelo, ko sta delala kot pomočnika v nekem studiu v Milanu. Svoj prvi butik sta odprla na Japonskem leta 1986. Sta svetovno znano s svojimi linijami večernih oblek, jeansa in parfumov. V svojem zasebnem življenju sta bila dolga leta tudi par, vendar sta se razšla. Sta se pa zavoljo svojega dosedanjega dela odločila, da bosta kariero še vedno nadaljevala skupaj.

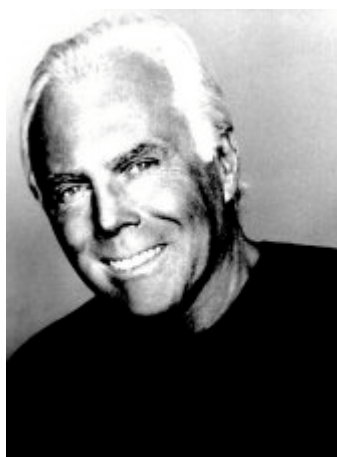


Slika: Dolce & Gabbana

Giorgio Armani

Rodil se je leta 1934 v skromni družini. V osnovni šoli je vzljubil gledališče in kino. Najprej je bil zaposlen kot pomočnik fotografa, nato pa je napredoval do modnega področja, kjer je uvažal izdelke z Japonske, iz Indije in ZDA. Njegova samostojna kariera se je začela po uspehu kreacije za moške, ki jo je ustvaril za Nina Ceruttija. Njegov stil je prepoznaven po materialih, ki jih je uporabljal v nenavadnih in nepričakovanih kombinacijah. Najprej je ustvarjal predvsem modo za moške poslovneže in ženske kostime. Armani se je prvi po Christianu Diorju spet pojavil na naslovnici revije Time, se večji uspeh pa je bil, da so znane osebnosti začele nositi njegove kreacije. Danes oblači številne zvezde, kot sta Jodie Foster in Michelle Pfeiffer, nazadnje pa je oblekel angleško nogometno reprezentanco.

Slika: Giorgio Armani



Modna revija

Priprava

Moda je danes v Italiji na vrhuncu. V Milanu se vsakodnevno odvijajo modne revije, polne blišča in glamurja, tednov mode in podobnih prireditev.

Za organizacijo modne revije je potrebno ogromno truda, načrtovanja in predvsem veliko ljudi z določenimi funkcijami. Izbori in priprave se začnejo tudi že mesec pred revijo, navadno pa dva

tedna. Organizatorji revije ali modni kreatorji izmed stotine manekenov izberejo le ozek krog, ki bodo nosili najbolj prestižna oblačila znanih oblikovalcev. Že to vzame ogromno časa, saj je potrebno organizirati casting (neke vrste avdicija). Manekenke in manekeni iz vseh svetovnih agencij tukaj poskušajo svojo srečo. Dati morajo vse od sebe. Pokazati morajo kako hodijo, pozirajo, predstavijo nošeno oblačilo. Potem jih fotografirajo, jim vzamejo mere, včasih pa jih tudi izprašujejo o izkušnjah in podobnem. Čez nekaj dni je izbranih le peščica deklet in fantov, ki bodo dočakali svojih pet minut slave. Nato poteka t.i. fitting ali poskušanje oblek. Manekene oblečejo v razne kombinacije, dodajajo modne dodatke, jih kombinirajo, menjavajo glede na obleke in manekena. Potrebno je izbrati vrhunske make-up artiste, stiliste, frizerje itd. Delavci morajo postaviti modno brv, jo obleči, postaviti luči, reflektorje. Tonski mojstri, pa izberejo in pripravijo glasbo. Vrhunski oblikovalci, kot so: Valentino, Armani, Versace, Dior, Prada, Gucci, Calvin Klein... na teh revijah predstavljajo svoje najnovejše kolekcije. Na takšnih dogodkih se zbere vsa družbena smetana, slavni, znani, ljudje s področja mode, novinarji od vsepovsod pa tudi vsi tisti, ki se želijo pokazati :). V zakulisju so vsi nestrpni, razburjeni. Dvorana se polni, še zadnji popravki pred revijo... in prireditev se začne.

Potek

Udarne glasbe, divji ritmi, nepozabni postavni manekeni, mačja hoja, blišč luči, glamur, bogate in samosvoje kreacije, neprestane bliskavice fotoaparatorov, dolga elegantna pista, edinstvene pričeske in make up, barve luči, prepletene v mavrično igro svetlobe ...

Za odrom pa samo hitenje, nestrpnost, pričakovanja, ogromno ljudi, stojala z oblekami, manekeni stojijo v vrsti za nastop. Že se prvi vrne s piste sledi, hitro slačenje, pomoč stilistov, hitro oblačenje novih oblačil, urejanje, novi dodatki, popravki make up-a in pričesk in že je spet pripravljen. Časa je zelo malo, tista ura ali dve mineta pod velikim pritiskom, v hitenju, toda na koncu je ves trud poplačan.

Ko se na koncu vsi manekeni hkrati sprehodijo po pisti (defile), takrat med vsemi sodelujočimi zavladajo zmagoslavje, ponos, sreča in veselje. Vsi si oddahnejo, manekeni se še zadnjič zadovoljno in zmagoslavno sprehodijo po pisti in takrat je čas za zabavo

Zaključek modne revije

Po reviji se začne zabava, mize se šibijo pod izbrano hrano in pijačo, bliskavice fotoaparatorov ne ponehajo.

Ekskluzivni dogodki se navadno zavlečejo pozno v noč.

2. CILJI IN PROBLEMI NALOGE

1. Z anketami za gimnazijce smo želele izvedeti, kakšne so razlike med kraji, letniki in spoloma glede:

1. koliko mladi sledijo modi
2. kakšna oblačila najraje nosijo

3. kje kupujejo oblačila in koliko za to odštejejo
4. kako gledajo na oblačenje, ki odstopa od običajnega
5. katere poklice vezane za modo bi tudi sami opravljali
6. ali na priljubljenost v njihovi družbi vpliva način oblačenja

2. Od intervjuvancev smo želeli zvedeti, kaj imajo skupnega, v čem se razlikujejo ko gre za modo. Spoznali smo njihove poklice.

3. Doživele smo pravo modno revijo!

3. PREDPOSTAVKE

P1: Mladi sledijo modi.

P2: Vse barve so priljubljene.

P3: Kavbojke so priljubljene.

P4: Gimnazijci ne odobravajo oblačenja, ki odstopa od običajnega.

P5: Poklici, povezani z modo, so priljubljeni.

P6: Stroški za valetu se večinoma gibljejo do 50.000 SIT.

P7: Mladi se zgledujejo po tuji modi.

P8: Med gimnazijci je priljubljenih veliko blagovnih znamk oblačil.

P9: Mladi pogosto uporabljajo modne dodatke.

P10: Najbolj priljubljena je športna obutev.

4. POSTOPEK RAZISKOVANJA

4.1 Opis ankete

Anketo sestavlja 17 vprašanj s ponujenimi odgovori. Je anonimna, opredeliti se je bilo potrebno le glede na starost, spol in kraj (Rog. Slatina, Celje, Ljubljana).

4.2 Opis anketirancev

Anketo je izpolnilo 111 dijakov treh srednjih šol, iz dveh različnih letnikov.

Dijaki	Število izpolnjenih anket
ŠC Rog. Slatina-gimnazija 1. letnik	24
ŠC Rog. Slatina-gimnazija 4. letnik	14
I. gimnazija Celje 1. letnik	26
I. gimnazija Celje 4. letnik	23
Umetniška gimnazija Ljubljana 1. letnik	24
skupaj	111

4.3 Opis izvedbe

Dijaki so izpolnili ankete v mesecu aprilu in maju 2006. Izpolnjevali so jih samostojno po podanem navodilu.

5. PRIKAZ

REZULTATOV

5.1 Tabelarni in grafični prikaz rezultatov ankete s komentarjem

Ali se oblačiš po zadnji modi?

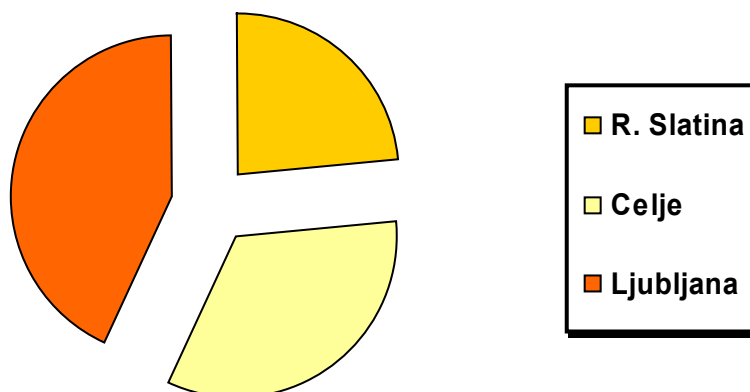
Tabela 1 (Primerjava 1. in 4. letnikov)

	ŠC Rog. Slatina-gimnazija				I. gimnazija Celje				Umetniška gimnazija Ljubljana	
	1. letnik		4. letnik		1. letnik		4. letnik		1. letnik	
Da	5	21%	2	14%	2	8%	2	8%	8	33.3%
Ne	9	38%	7	50%	8	31%	11	46%	8	33.3%
Ne vem	10	41%	5	36%	16	61%	11	46%	8	33.3%
Skupaj	24	100%	14	100%	26	100%	24	100%	24	100%

Gimnazijci 1. letnika iz Ljubljane bolj sledijo modi v primerjavi z vrstniki iz Rogaške Slatine. Dijaki 4. letnikov iz Rog. Slatine bolj sledijo modi kot gimnazijci iz I. gimnazije v Celju.

Modi najbolj sledijo Gimnazijci iz Umetnostne gimnazije Ljubljana, nato jim sledijo srednješolci iz Rogaške Slatine in za njimi so dijaki in dijakinje I. gimnazije v Celju.

Grafikon 1



Grafikon prikazuje delež odgovorov DA dijakov različnih šol.

Ali se oblačiš po zadnji modi?

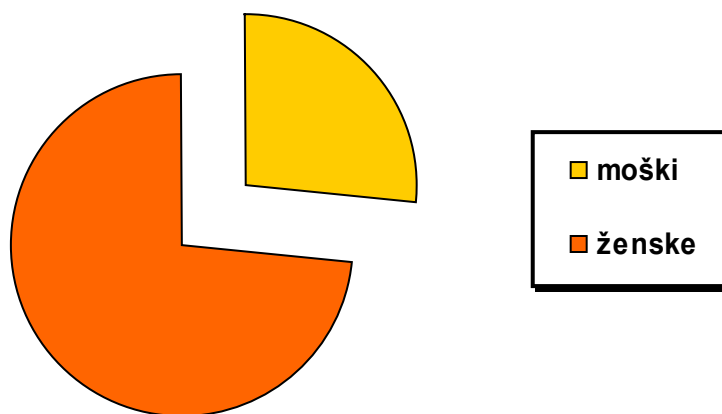
Tabela 2 (Primerjava moški - ženske)

	ŠC Rog. Slatina-gimnazija				I. gimnazija Celje				Umetnostna gimnazija Ljubljana			
	Moški		Ženske		Moški		Ženske		Moški		Ženske	
Da	3	23%	4	16%	0	0%	4	14%	0	0%	8	42%
Ne	3	23%	13	52%	8	40%	10	34%	3	60%	5	26%
Ne vem	7	54%	8	32%	12	60%	15	52%	2	40%	6	32%
Skupaj	13	100%	25	100%	20	100%	29	100%	5	100%	19	100%

Gimnazijci iz I. gimnazije v Celju in iz Umetnostne gimnazije v Ljubljani se ne oblačijo po zadnji modi, medtem ko skoraj četrtina fantov iz Rogaške Slatine sledi modi. 42% deklet sledi modi, to pa je tudi najvišji odstotek kar smo jih dobile. Gimnazijke iz Rogaške Slatine jim sledijo s 16%, za njimi pa so dekleta iz I. gimnazije Celje s 14%.

Iz vseh rezultatov pa sledi, da so gimnazijci I. gimnazije Celje najmanj navdušeni nad modo. Pričakovali smo, da dekleta bolj sledijo modi. To se je v večini tudi potrdilo, razen pri fantih iz Rogaške Slatine.

Grafikon 2



Grafikon prikazuje delež odgovorov DA vseh dijakov in dijakinj ne glede na šolo.

Katera barva prevladuje v tvoji garderobi?

Tabela 3 (Primerjava 1. in 4. letnikov)

	ŠC Rog. Slatina - gimnazija				I. gimnazija Celje				Umetniška gimnazija Ljubljana	
	1. letnik		4. letnik		1. letnik		4. letnik		1. letnik	
Črna	7	30%	6	44%	8	31%	8	35%	6	25%
Rdeča	2	8%	1	7%	3	11%	1	4%	2	8%
Modra	6	25%	3	21%	2	8%	6	26%	4	17%
Roza	6	25%	2	14%	5	19%	2	9%	7	29%
Zelena	2	8%	0	0%	4	15%	2	9%	3	11%
Rjava	0	0%	0	0%	1	4%	2	9%	1	4%
Bela	0	0%	1	7%	2	8%	1	4%	1	4%
Pisano	1	4%	1	7%	1	4%	1	4%	0	0%
Skupaj	24	100%	14	100%	26	100%	23	100%	24	100%

Pri 4. letnikih izstopa črna barva. Popularne so še modra, roza in zelena. Barve, ki so bolj po redko omenjene, pa so bela, rjava in kombinacija barv.

Posebnih razlik v priljubljenosti barv med dijaki 1. in 4. letnikov srednjih šol ni.

Katera barva prevladuje v tvoji garderobi?

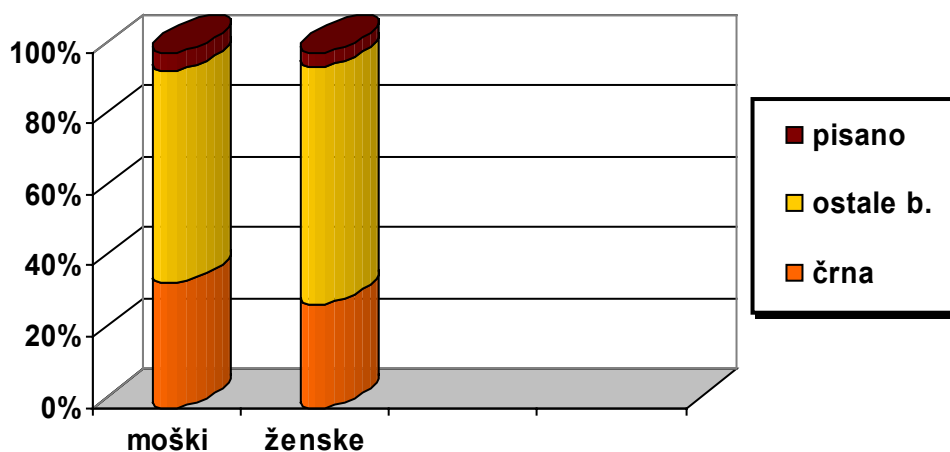
Tabela 4 (Primerjava moški - ženske)

	ŠC Rog. Slatina-gimnazija				I. gimnazija Celje				Umetniška gimnazija Ljubljana			
	Moški		Ženske		Moški		Ženske		Moški		Ženske	
Črna	6	46%	7	28%	5	25%	10	35%	2	40%	4	21%
Rdeča	3	23%	0	0%	2	10%	2	7%	1	20%	1	5%
Modra	2	15%	7	28%	6	30%	3	10%	0	0%	4	21%
Roza	1	8%	7	28%	1	5%	6	21%	1	20%	6	32%
Zelena	0	0%	2	8%	3	15%	4	14%	1	20%	2	11%
Rjava	0	0%	0	0%	1	5%	1	3%	0	0%	1	5%
Bela	0	0%	1	4%	1	5%	1	3%	0	0%	1	5%
Pisano	1	8%	1	4%	1	5%	2	7%	0	0%	0	0%
Skupaj	13	100%	25	100%	20	100%	29	100%	5	100%	19	100%

Pestrost pri izbiri barv je prisotna pri I. gimnaziji iz Celja in Umetniški gimnaziji iz Ljubljane. V Rog. Slatini pa nosijo le določene barve: črno, rdečo, modro in roza. Črna je najbolj prisotna pri moških iz Rog. Slatine in ženskah iz Celja.

Pri moških in ženskah prevladuje črna barva pri oblačilih (moški 40%, ženske 29%). Vendar moški radi nosijo še modro in rdečo, ženske pa modro in roza.

Grafikon 3



Grafikon prikazuje, katere barve prevladujejo v garderobi moških oziroma žensk.

Katere hlače najraje oblečeš?

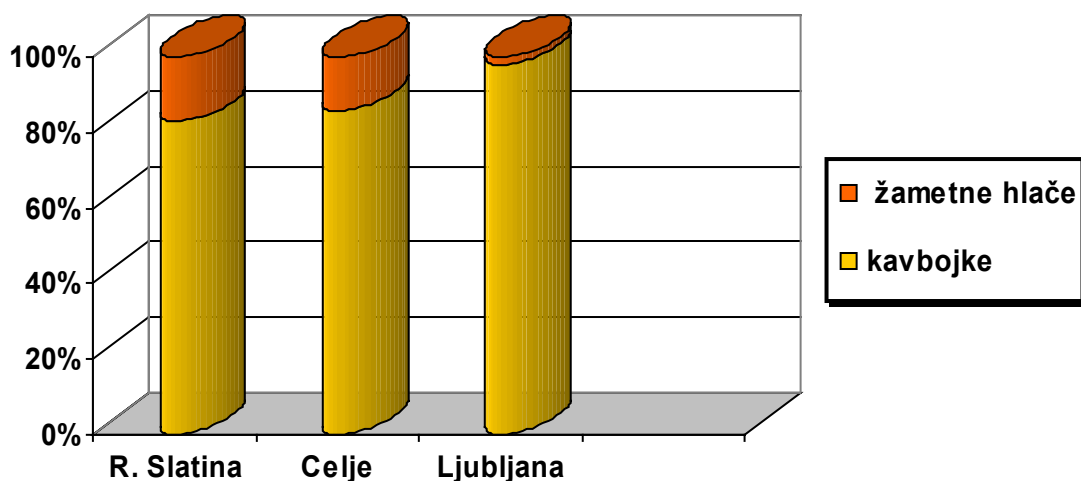
Tabela 5 (Primerjava 1. in 4. letnikov)

	ŠC Rog. Slatina-gimnazija				I. gimnazija Celje				Umetniška gimnazija Ljubljana	
	1. letnik		4. letnik		1. letnik		4. letnik		1. letnik	
Kavbojke	24	100%	13	93%	22	85%	20	87%	20	83%
Žametne hlače	0	0%	1	7%	4	15%	3	13%	4	17%
Skupaj	24	100%	14	100%	26	100%	23	100%	24	100%

Tabela prikazuje, da imajo učenci najraje kavbojke. V prvem letniku skoraj vsi nosijo kavbojke, v četrtem letniku nosijo nekateri tudi žametne hlače.

Kavbojke so med gimnazijci najbolj priljubljene.

Grafikon 4



Grafikon prikazuje, katere hlače najraje nosijo dijaki iz treh različnih šol.

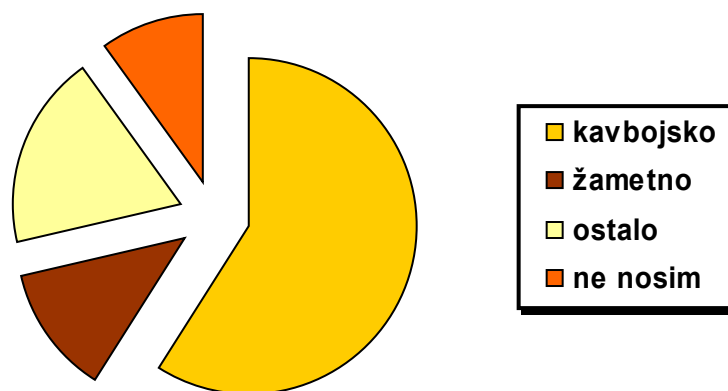
Katero krilo najraje oblečeš? (Odgovorila so samo dekleta).

Tabela 6 (Primerjava 1. in 4. letnikov)

	ŠC Rog. Slatina-gimnazija				I. gimnazija Celje				Umetniška gimnazija Ljubljana	
	1. letnik		4. letnik		1. letnik		4. letnik		1. letnik	
Kavbojsko	9	56%	3	33%	11	84%	6	37%	5	26%
Žametno	0	0%	4	45%	0	0%	2	13%	1	6%
Platneno	1	6%	0	0%	0	0%	1	6%	0	0%
Bombažno	1	6%	0	0%	1	8%	2	13%	5	26%
Ne nosim	5	32%	2	22%	1	8%	5	31%	8	42%
Skupaj	16	100%	9	100%	13	100%	16	100%	19	100%

Kavbojsko krilo je zelo priljubljeno. Najbolj pogosto jih nosijo gimnazijke iz Celja in Rog. Slatine. Tretjina deklet na sploh ne nosi kril.

Grafikon 5



Grafikon prikazuje, katero krilo je bolj priljubljeno med dijakinjami (v procentih).

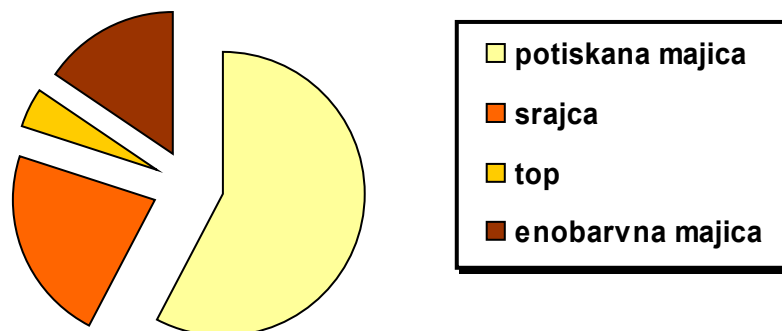
Kaj imaš najraje oblečeno (majice, srajce)?

Tabela 7 (Primerjava 1. in 4. letnikov)

	ŠC Rog. Slatina-gimnazija				I. gimnazija Celje				Umetniška gimnazija Ljubljana	
	1. letnik		4. letnik		1. letnik		4. letnik		1. letnik	
Potiskana majica	21	68%	6	44%	16	61%	14	61%	15	62%
Srajca	8	26%	4	28%	5	13%	3	13%	4	17%
Top	1	3%	1	7%	1	5%	2	9%	0	0%
Enobarvna majica	1	3%	3	21%	4	15%	4	17%	5	21%
Skupaj	31	100%	14	100%	26	100%	23	100%	24	100%

Iz tabele je razvidno, da gimnazijci najraje nosijo potiskane majice (44%). Pojavljajo se izjeme, ki rade nosijo enobarvne majice oziroma srajce (do 28%). 4. letniki imajo raje enobarvne majice, 1. letniki pa raje pisane. Večjih razlik med šolami oz. kraji ni.

Grafikon 6



Grafikon prikazuje, kakšne majice nosijo dijaki najraje (v procentih).

Koliko denarja odšteješ za kavbojke? (cene v tolarjih)

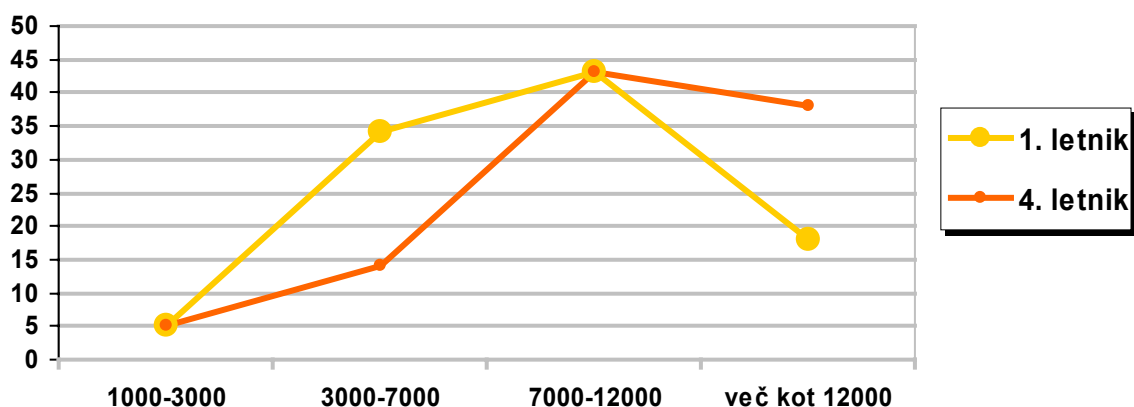
Tabela 8 (Primerjava 1. in 4. letnikov)

	ŠC Rog. Slatina-gimnazija				I. gimnazija Celje				Umetniška gimnazija Ljubljana	
	1. letnik		4. letnik		1. letnik		4. letnik		1. letnik	
1.000 - 3.000	0	0%	2	14%	0	0%	0	0%	4	17%
3.000 – 7.000	16	67%	2	14%	5	19%	3	13%	4	17%
7.000 – 12.000	7	29%	5	36%	15	58%	11	48%	10	41%
Več kot 12.000	1	4%	5	36%	6	23%	9	39%	6	25%
Skupaj	24	100%	14	100%	26	100%	23	100%	24	100%

Dijaki 1. in 4. letnikov odštejejo za kavbojke največkrat od 7.000 do 12.000 SIT, ne glede na šolo. Rezultati govorijo, da dijaki v 4. letniku odštejejo več denarja za kavbojke kot dijaki v 1. letniku.

Na splošno pa dijaki iz I. gimnazije Celje največ odštejejo za kavbojke.

Grafikon 7



Grafikon ponazarja odstotek dijakov 1. in 4. letnika glede na zneske, ki jih odštejejo za kavbojke.

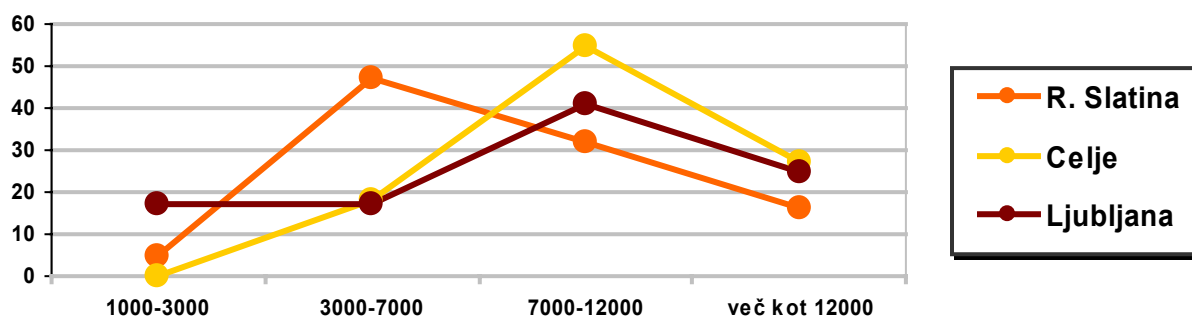
Koliko denarja odšteješ za kavbojke? (V tolarjih)

Tabela 9 (Primerjava moški - ženske)

	ŠC Rog. Slatina-gimnazija				I. gimnazija Celje				Umetniška gimnazija Ljubljana			
	Moški		Ženske		Moški		Ženske		Moški		Ženske	
1.000 - 3.000	0	0%	2	8%	0	0%	0	0%	2	40%	2	11%
3.000 – 7.000	4	31%	14	56%	2	10%	7	24%	1	20%	3	16%
7.000 – 12.000	6	46%	6	24%	10	50%	17	59%	1	20%	9	47%
Več kot 12.000	3	23%	3	12%	8	40%	5	17%	1	20%	5	26%
Skupaj	13	100%	25	100%	20	100%	29	100%	5	100%	19	100%

Moški iz Celja zapravijo več kot njihovi vrstniki iz Ljubljane in Rogaške Slatine. Večjih razlik glede zneskov ki jih uporabijo za kavbojke, med moškimi in ženskami ni.

Grafikon 8



Grafikon prikazuje, kakšne so razlike med šolami (oz. kraji) glede na to, koliko denarja dijaki odštejejo za kavbojke (v procentih).

Kaj misliš o oblačenju, ki odstopa od običajnega?

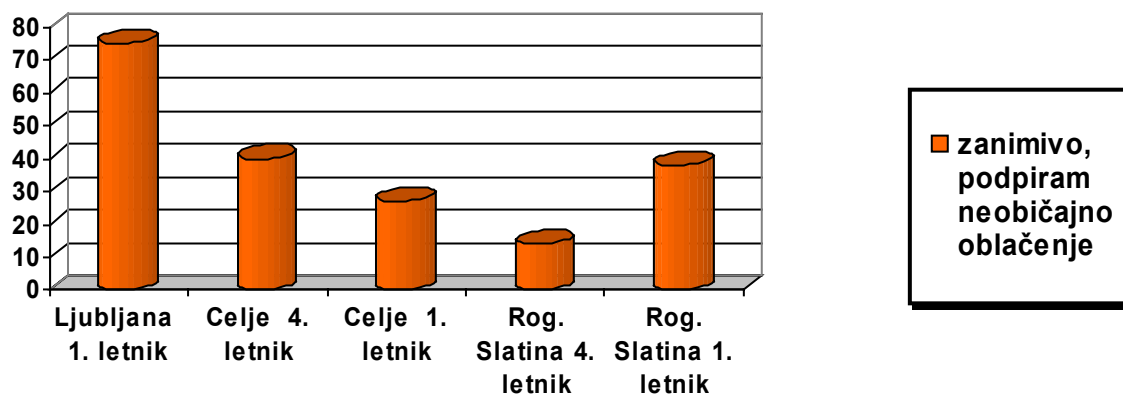
Tabela 10 (Primerjava 1. in 4. letnikov)

	ŠC Rog. Slatina-gimnazija				I. gimnazija Celje				Umetniška gimnazija Ljubljana	
	1. letnik		4. letnik		1. letnik		4. letnik		1. letnik	
Zanimivo, podpiram	9	38%	2	14,5%	7	27%	9	40%	18	75%
Pretirano	2	8%	0	0%	2	8%	1	4%	0	0%
Nič posebnega	8	33%	10	71%	6	23%	1	4%	0	0%
Ostalo	5	21%	0	0%	6	23%	11	48%	0	0%
Ni odgovora	0	0%	2	14,5%	5	19%	1	4%	6	25%
Skupaj	24	100%	14	100%	26	100%	23	100%	24	100%

Neobičajno oblačenje najbolj podpirajo gimnazijci iz Ljubljane (75%), 4. letniki v Celju (40%) in 1. letniki iz Rogaške Slatine (38%).

Posamezni dijaki 1. letnika iz Celja in Rogaške Slatine pa pravijo, da je to pretiravanje (skupaj 4 dijaki).

Grafikon 9



Grafikon prikazuje, število dijakov, ki podpirajo neobičajno oblačenje glede na šolo in letnik. (v procentih).

Katerega od naštetih poklicev bi tudi sam opravljal?

Tabela 11 (Primerjava 1. in 4. letnikov)

	ŠC Rog. Slatina-gimnazija				I. gimnazija Celje				Umetniška gimnazija Ljubljana	
	1. letnik		4. letnik		1. letnik		4. letnik		1. letnik	
Modni oblikovalec	8	27%	6	32%	9	27%	6	20%	9	24%
Maneken	7	23%	4	21%	8	25%	9	31%	11	30%
Modni fotograf	6	20%	5	26%	6	18%	8	28%	5	14%
Stilist	6	20%	3	16%	4	12%	4	14%	4	11%
Kostumograf	0	0%	0	0%	2	6%	0	0%	8	22%
Nič	3	10%	1	5%	4	12%	2	7%	0	0%
Skupaj	30	100%	19	100%	33	100%	29	100%	37	100%

Iz tabele je razvidno, da se 1. in 4. letniki pri tem vprašanju ne razlikujejo preveč.

Gimnazijcem so zanimivi poklici kot so modni oblikovalec, maneken, modni fotograf in stilist. **Kar četrtnina (gimnazija Rogaška Slatina) oziroma tretjina dijakov (gimnazija Celje in Ljubljana) se želi preizkusiti v manekenstvu.** Te poklice bolj poznajo, saj so bolj prisotni v javnih medijih.

Poklic kostumografa ni tako izpostavljen v medijih in je zato manj prepoznaven in priljubljen. Interes po tovrstnih poklicih je, seveda, bistveno večji na Umetniški gimnaziji v Ljubljani.

Katerega od naštetih poklicev bi tudi sam opravljal?

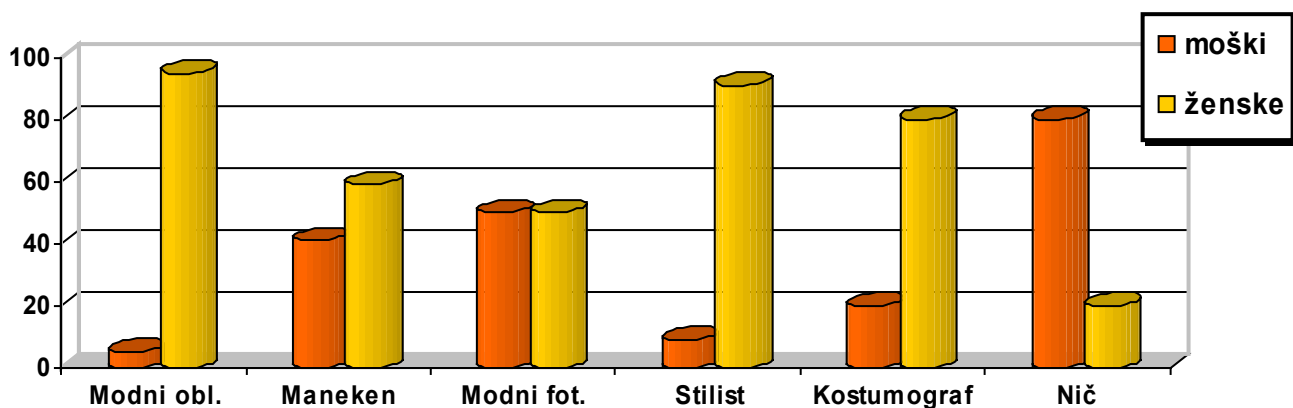
Tabela 12 (Primerjava moški - ženske)

	ŠC Rog. Slatina-gimnazija				I. gimnazija Celje				Umetniška gimnazija Ljubljana			
	Moški		Ženske		Moški		Ženske		Moški		ženske	
Modni oblikovalec	1	6%	13	39%	0	0%	15	38%	1	17%	8	26%
Maneken	5	31%	6	18%	10	48%	7	18%	1	17%	10	32%
Modni fotograf	5	31%	6	18%	7	33%	5	13%	2	17%	3	10%
Stilist	1	6%	8	24%	0	0%	8	21%	1	17%	4	13%
Kostumograf	0	0%	0	0%	0	0%	2	5%	2	32%	6	19%
Nič	4	26%	0	0%	4	19%	2	5%	0	0%	0	0%
Skupaj	16	100%	33	100%	21	100%	39	100%	6	100%	31	100%

Ženske si v večjem številu želijo postati modne oblikovalke v primerjavi z moškimi. Podobno velja tudi za poklic stilista. Zanimivo pa je, da se fantje iz Rogaške Slatine in Celja želijo v večjem številu ukvarjati z manekenstvom kot ženske.

Predvsem fantje kažejo veliko zanimanja za poklic modni fotograf - do 33% moških iz Celja. Na Umetniški gimnaziji kažejo dijaki interes za prav vse naštete poklice povezane z modnim oblikovanjem, kar je tudi pričakovano.

Grafikon 10



Grafikon ponazarja, katere poklice bi opravljali dijaki in katere dijakinje (v procentih)

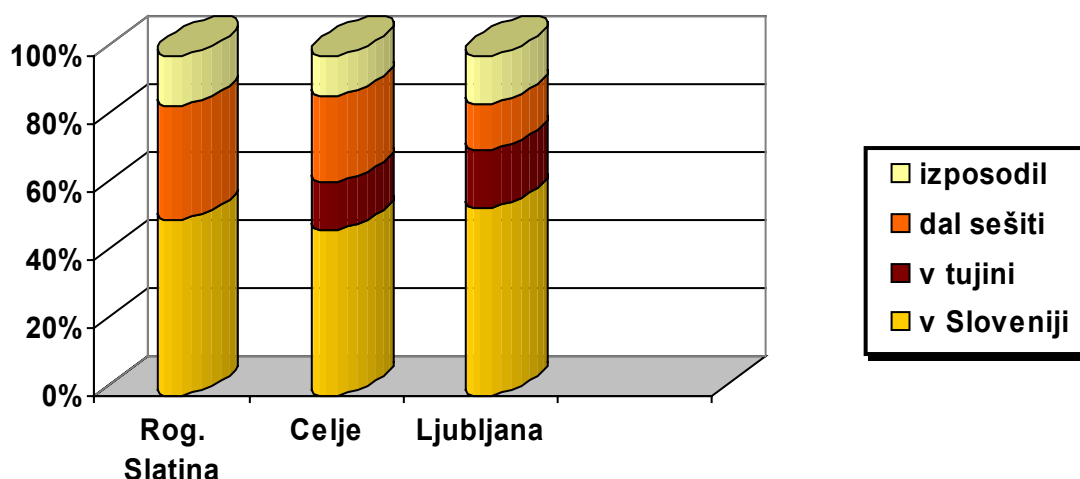
Kje ste kupili garderobo za svojo valetu?

Tabela 13 (Primerjava 1. in 4. letnikov)

	ŠC Rog. Slatina-gimnazija				I. gimnazija Celje				Umetniška gimnazija Ljubljana	
	1. letnik		4. letnik		1. letnik		4. letnik		1. letnik	
V trgovini v Sloveniji	12	50%	7	50%	11	42%	13	56%	12	50%
V trgovini v tujini	0	0%	0	4%	6	24%	1	4%	6	25%
Dal/a sem si jo sešiti	9	38%	3	22%	5	19%	7	31%	3	12,5%
Izposodila sem si jo	3	12%	2	14%	4	15%	2	9%	3	12,5%
Skupaj	24	100%	12	100%	26	100%	23	100%	24	100%

Podatki so pokazali, da 1. kot tudi 4. letniki večinoma kupujejo garderobo v Sloveniji, ne glede na šolo in kraj. Tistih, ki so obleko kupili v tujini ali pa so jo dali sešiti, je le nizki odstotek.

Grafikon 11



Grafikon prikazuje, kje so gimnazijci kupili opravo za valetu.

Koliko si odšteli za obleko in obutev za valetu? (V tolarjih)

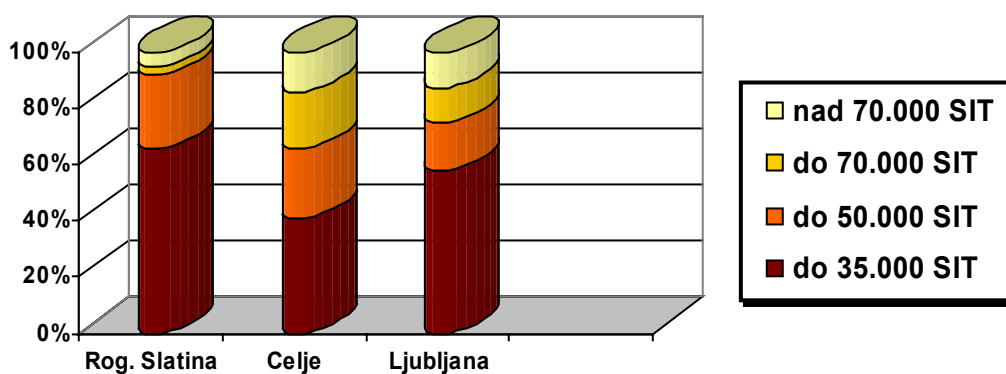
Tabela 14 (Primerjava 1. in 4. letnikov)

	ŠC Rog. Slatina-gimnazija		I. gimnazija v Celju		Umetniška gimnazija Ljubljana	
	1 in 4 letnik		1 in 4 letnik		1. letnik	
Do 35.000	25	66%	20	41%	14	58%
Do 50.000	10	26%	12	25%	4	17%
Do 70.000	1	3%	10	20%	3	12,5%
Nad 70.000	2	5%	7	14%	3	12,5%
Skupaj	38	100%	49	100%	24	100%

V vseh krajih je največ dijakov, ki so odšteli do 35.000 SIT za obleko in obutev na valetu. V Rogaški Slatini kar 92% porabi do 50.000 SIT. Med gimnazijci iz Celja in Ljubljane pa je kar nekaj dijakov, ki so za to odšteli tudi nad 70.000 SIT.

Lahko rečemo, da je za valetu potrebno odšteti kar nekaj denarja, v Rogaški Slatini pa so bolj varčni.

Grafikon 12



Grafikon prikazuje, katere šole so odštele največ za obleko in obutev (za valetu).

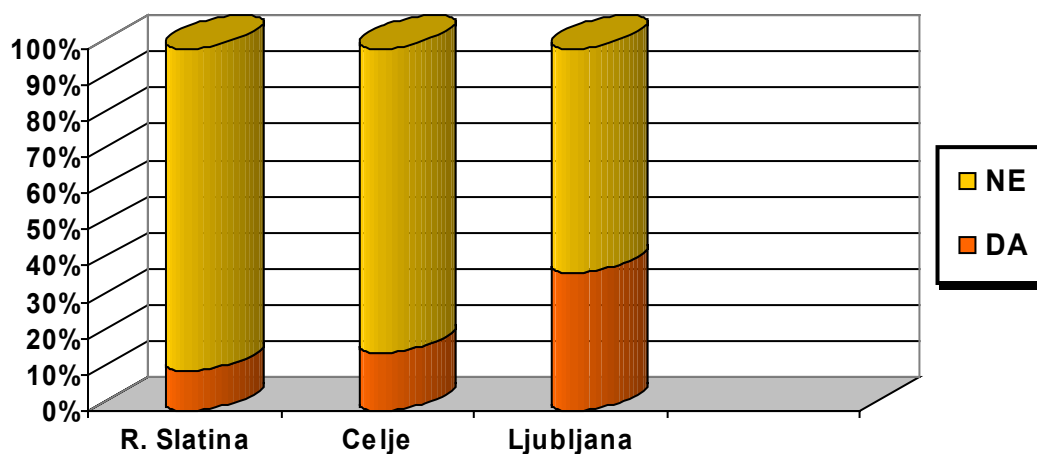
Ali ti je že kakšen oblikovalec zašil obleko?

Tabela 15 (Primerjava 1. in 4. letnikov)

	ŠC Rog. Slatina-gimnazija				I. gimnazija Celje				Umetniška gimnazija Ljubljana	
	1. letnik		4. letnik		1. letnik		4. letnik		1. letnik	
DA	2	8%	2	14%	2	8%	6	26%	9	38%
NE	22	92%	12	86%	24	92%	17	74%	15	62%
Skupaj	24	100%	14	100%	26	100%	23	100%	24	100%

Gimnazijci iz Ljubljane naročajo obleke pri modnih kreatorjih bolj pogosto kot gimnazijci iz Celja in Rog. Slatine. Ta rezultat ponovno potrudi, da za obleko največ zapravijo gimnazijci Umetniške gimnazije Ljubljana.

Grafikon 13



Grafikon prikazuje, ali dijaki naročajo oblačila pri modnih oblikovalcih glede na kraj.

Katere blagovne znamke oblačil imaš najraje?

Tabela 16 (Primerjava 1. in 4. letnikov)

	ŠC Rog. Slatina- gimnazija	I. gimnazija Celje	Umetniška gimnazija Ljubljana	SKUPAJ
Levis	7	4	1	12
S.Oliver	9	0	0	9
Nike	2	5	0	7
Fishbone	10	6	1	17
Amisu	6	0	3	9
Tally Wejl	6	4	3	13
Puma	1	0	0	1
Naf Naf	3	2	1	6
EK jeans	1	0	0	1
Converse	1	0	0	1
Miss sixty	2	0	4	6
Esprit	1	1	2	4
Beneton	2	3	0	5
Adidas	1	2	0	3
Smog	2	1	0	3
Tom Tailer	1	2	0	3
Witboy	2	2	0	4
Mango	1	0	1	2
Zara	0	3	3	6
D & G	0	1	7	8

Drugo	13	27	10	50
SKUPAJ	71	63	36	170

V odgovorih se pogosteje pojavlja 6 različnih blagovnih znamk, in sicer: Levis, Fishbone, Tally Wejl, D&G, Amisu in S. Oliver.

Izmed 20 blagovnih znamk je samo ena slovenska. **Lahko rečemo, da se gimnazijci v Sloveniji zgledujejo po tujih modnih trendih.**

Glede na število vseh odgovor ni večjih razlik med šolami (kraji). To pomeni, da so vse prisotne blagovne znamke med gimnazijci pri nas dokaj priljubljene.

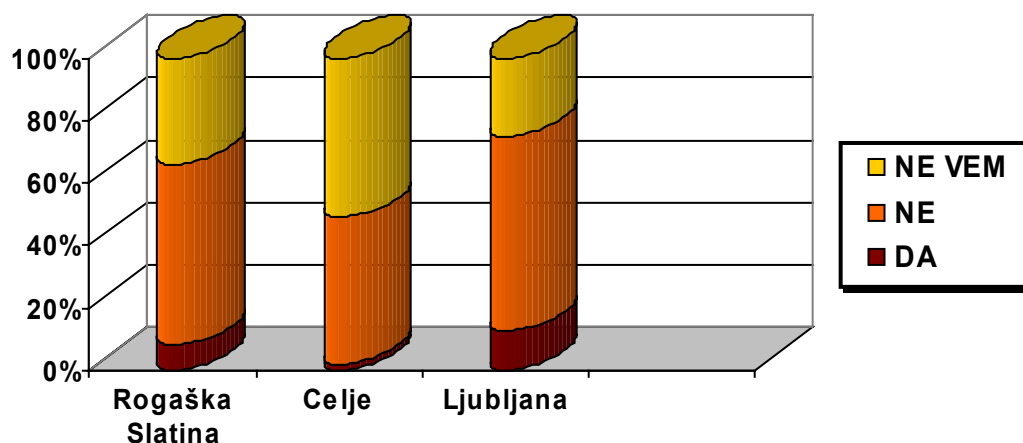
Ali vpliva način oblačenja na priljubljenost v tvoji družbi?

Tabela 17 (Primerjava 1. in 4. letnikov)

	ŠC Rog. Slatina-gimnazija				I. gimnazija Celje				Umetniška gimnazija Ljubljana	
	1. letnik		4. letnik		1. letnik		4. letnik		1. letnik	
DA	1	4%	2	14,5%	1	4%	0	0%	3	12.5%
NE	12	50%	10	71%	13	50%	10	43,5%	15	62,5%
NE VEM	11	46%	2	14,5%	12	46%	13	56,5%	6	25 %
Skupaj	24	100%	14	100%	26	100%	23	100%	24	100%

Največ gimnazijcev meni, da njihova oblačila ne vplivajo na priljubljenost v družbi. So pa nekateri, ki se ne morejo opredeliti, če vpliva ali ne.

Grafikon 14



Grafikon prikazuje, kako vpliva način oblačenja na priljubljenost mladih v njihovi družbi.

Ali nosiš modne dodatke?

Tabela 18 (Primerjava 1. in 4. letnikov)

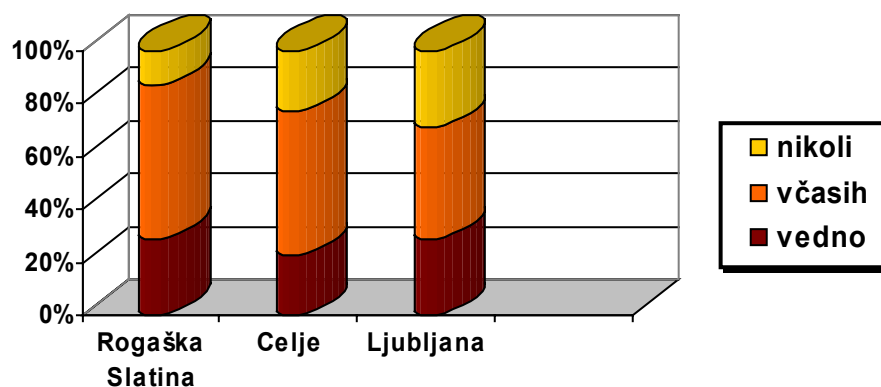
	ŠC Rog. Slatina - gimnazija				I. gimnazija Celje				Umetniška gimnazija Ljubljana	
	1. letnik		4. letnik		1. letnik		4. letnik		1. letnik	
VEDNO	10	42%	1	7%	5	19%	6	26%	7	29%
VČASIH	12	50%	10	71,5%	14	54%	13	57%	10	42%
NIKOLI	2	8%	3	21,5%	7	27%	4	17%	7	29%
Skupaj	24	100%	14	100%	26	100%	23	100%	24	100%

Največ gimnazijcev **včasih** nosi modne dodatke. V Rogaški Slatini v prvem letniku nekateri **vedno** nosijo modne dodatke.

Približno četrtnina gimnazijcev **nikoli** ne nosi modnih dodatkov.

Razlika med 1. in 4. letnikom je najbolj opazna v Rog. Slatini. Modni dodatki so bolj priljubljeni v prvem kot pa v četrtem letniku.

Grafikon 15



Grafikon prikazuje, ali gimnazijci nosijo modne dodatke ali ne.

Katero obutev najpogosteje nosiš v šolo?

Tabela 19 (Primerjava 1. in 4. letnikov)

	ŠC Rog. Slatina-gimnazija				I. gimnazija Celje				Umetniška gimnazija Ljubljana	
	1. letnik		4. letnik		1. letnik		4. letnik		1. letnik	
Športne copate	23	96%	11	79%	5	19%	11	48%	15	63%
Škornje	0	0%	1	7%	0	0%	0	0%	2	8%
Bullse	0	0%	1	7%	0	0%	0	0%	2	8%
All star - ke	1	4%	0	0%	4	15%	0	0%	1	4%
Čevlje s peto	0	0%	0	0%	3	12%	3	13%	4	17%
»Bulerje«	0	0%	0	0%	0	0%	1	4%	0	0%
Ni odgovora	0	0%	1	7%	14	54%	8	35%	0	0%
Skupaj	24	100%	14	100%	26	100%	23	100%	24	100%

Gimnazijci iz vseh treh gimnazij v šolo najraje obujejo športne copate (do 96%), največji procent imajo dijaki iz Rogaške Slatine.

Čevlje s peto rada nosijo dekleta iz celjske in ljubljanske gimnazije, gimnazijke iz R. Slatine pa sploh ne – enako v 1. kot v 4. letniku.

Razlik med letniki glede obutve ni.

Celjski dijaki v velikem številu niso odgovorili na to vprašanje.

Katero obutev najpogosteje nosiš v prostem času?

Tabela 20 (Primerjava 1. in 4. letnikov)

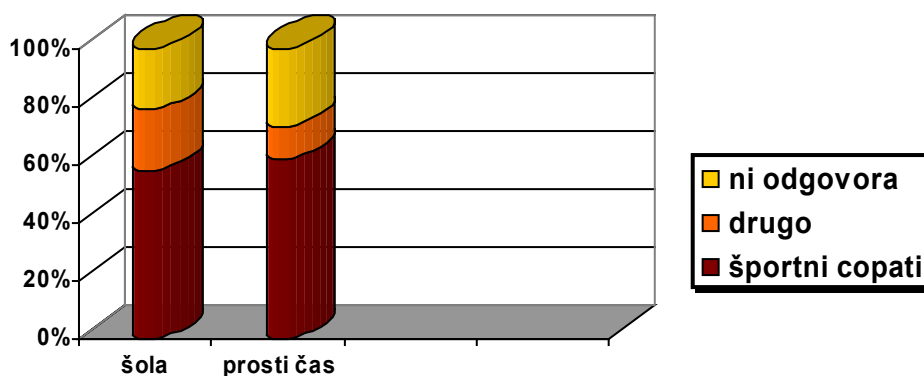
	ŠC Rog. Slatina-gimnazija				I. gimnazija Celje				Umetniška gimnazija Ljubljana	
	1. letnik		4. letnik		1. letnik		4. letnik		1. letnik	
Športne copate	23	96%	12	86%	5	19%	15	65%	14	58%
Bullse	0	0%	1	7%	0	0%	0	0%	2	8%
Japonke	1	4%	0	0%	0	0%	0	0%	4	17%
Copate	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	4	17%
Ni odgovora	0	0%	1	7%	21	81%	8	35%	0	0%
Skupaj	24	100%	14	100%	26	100%	23	100%	24	100%

Tudi v prostem času vsi najraje nosijo športne copate.

Gimnazijci iz Ljubljane radi športne copate občasno zamenjajo za bullse in japonke. Pri ostalih prevladuje športna obutev.

Tudi graf kaže, da srednješolci v šolo in med prostim časom nosijo isto obutev.

Grafikon 16



Grafikon prikazuje, katero obutev nosijo dijaki v šolo in v prostem času.

5.2 VSEBINSKE PRIMERJAVE odgovorov intervjuvancev

VPRAŠANJE 1.	LIKOVNI PEDAGOG	MODNA OBLIKOVALKA	VIZAŽISTKA
Kako gledate na lepotne izbore?	Tega ne spremljam, zato ker Slovenci ne znamo izbrati miss in tudi ne znamo gledati, katere so ženske najlepše.	Nisem pristaš tega. Fino pa je, da se pokažejo moje obleke, jih pa spremljam. Lepoto je težko objektivno ocenjevati.	Odvisno, kaj mi nudijo dekleta in kaj mi ponudi izbor. Zdi se mi pomembno, da se postavi modna revija na kvaliteten nivo.

Za odgovore je značilno to, da podpirajo lepotne izbore v tistem do kod sega njihov poklicni interes. Oblikovalki je zanimiva predstavitev oblek. Vizažistki je zanimiva modna revija, ki spremlja lepotne izbore. Pri likovnem pedagogu pa se ne vidi nič posebnega.

VPRAŠANJE 2.	LIKOVNI PEDAGOG	MODNA OBLIKOVALKA	VIZAŽISTKA
Kakšna se vam zdi današnja moda?	Praktična, uporabna, v glavnem mi je všeč.	Lepa, lahka, ni posebna, več trendov.	Zelo zanimiva in uporabna. Ker se lahko vsak pokaže kakšen je.

VPRAŠANJE 3.	LIKOVNI PEDAGOG	MODNA OBLIKOVALKA	VIZAŽISTKA
Iz katerega zgodovinskega obdobja vam je najbolj všeč način oblačenja in zakaj?	Trenutno mi je všeč moda leta 1990 ter iz obdobja baroka.	Pred leti mi je bilo všeč 19. stoletje, zdaj pa se mi zdi da iz vsakega stoletja je nekaj lepega.	Zelo privlačni so mi Celjski grofje.

Vsi vidijo kot prednost današnje mode njeno praktičnost, istočasno pa občudujejo razkošje.

Pogrešajo tisto česar v današnji modi ni. Verjetno bi se radi kdaj oblekli v oblačila iz tistih časov.

VPRAŠANJE 4.	LIKOVNI PEDAGOG	MODNA OBLIKOVALKA	VIZAŽISTKA
Ali menite, da se način oblačenja razlikuje med slovenskimi regijami?	Da.	Ne, oziroma se razlikuje med najstnikih in starejših ljudi.	Da, tudi malo.

Oblikovalka je poudarjala razlike med generacijami. Za njene večerne obleke je zelo pomembno ali kreira za mlajše ali starejše osebe. Ostala dva intervjuvanca pa sta izstopila iz svojega poklicnega gledanja, in se ozrla po ulični, po vsakdanji modi.

VPRAŠANJE 5.	LIKOVNI PEDAGOG	MODNA OBLIKOVALKA	VIZAŽISTKA
Pravijo, da obleka naredi človeka. Ali to res drži? Kaj menite o tem?	Prvo je vtis, potem pa je vse drugo.	Ta pregovor lahko rečemo da drži, lahko pa rečemo, da ne. Odvisno je od človeka.	Na žalost, če smo iskreni, je prvi vtis zelo pomemben. Ampak, na srečo, pa v življenju ne meri to.

Vsi verjamejo, da je prvi vtis pomemben. Na ta prvi vtis vpliva tudi obleka. Odvisno je od človeka, ki to nosi in opazuje, koliko temu pripisuje teže.

VPRAŠANJE 6.	LIKOVNI PEDAGOG	MODNA OBLIKOVALKA	VIZAŽISTKA
Kje izbirate oblačila, ki jih vi nosite?	V Modiani, Sisly oziroma kjerkoli.	V S.Oliverju, H&M, Emporium.	Moram priznat, da imam prijateljico, ki je odlična šivilja in

			mi uresniči vse sanje.
--	--	--	------------------------

Vizažistka je očitno v teh letih zgradila svoj stil, ki ga uresničuje ob pomoči svoje šivilje. Mlajši ljudje so bolj praktični ter kupujejo oblačila v trgovinah.

VPRAŠANJE 7.	LIKOVNI PEDAGOG	MODNA OBLIKOVALKA	VIZAŽISTKA
Kakšne cilje imate za prihodnost?	Zelo posebne.	Velike.	/

Mlajši ljudje (likovni pedagog in modna oblikovalka) navajajo, da imajo še velike načrte.

5.3 Doživetja ob modni reviji

Narodni dom, Celje, 30.3.2006

Meni je bila modna revija zelo všeč, saj smo videle vse, kar se spodobi za modne revije. Videli smo celotno kolekcijo pomlad-poletje: elegantno in športno. Na modni reviji je bilo predstavljeno več blagovnih znamk. Veliko so poudarjali eleganco in športni stil. Organizacija modne revije je bila dobra. Tudi organizatorji in »nastopajoči« manekeni so bili zelo prijazni.

Tadeja

Modna revija me je navdušila. Takšnih dogodkov bi se zlahka navadila. O sami modni reviji lahko rečem, da so manekenke imele zelo zanimive frizure. Vsaka je imela drugačno frizuro, vendar so vse sledile istemu stilu. Vsaka modna znamka je imela drugačne obleke, kar mi je bilo všeč, saj se obleke niso ponavljale. Nato smo intervjuvale Vladimiro Skale – vizažistko. Bila je zanimivo oblečena, najbolj zanimiva pa mi je bila njena obutev. Po koncu modne revije so ponudili prigrizke. Med drugim je tam bilo veliko odličnega sadja, ki je zelo osvežujoče in paše na takšno modno revijo.

Sara

Meni se bo prva »prava« modna revija globoko vtisnila v spomin. Bila sem že na drugih »amaterskih« modnih revijah, vendar tam niso nastopale poklicne manekenke in ni bilo toliko priznanih modnih kreatorjev in uveljavljenih blagovnih znamk: Labod, Andraž, Lisca... Na koncu modne revije je sledil še intervju z vizažistko in organizatorico go. Vladimiro Skale. To je bil zame najbolj zanimiv del, ker je to bil moj prvi intervju in to s priznano slovensko vizažistko.

Modna revija sama po sebi je bila zelo zanimiva. Že sam prihod v dvorano Narodnega doma, ko vidiš toliko znanih ljudi iz vse Slovenije, tam so novinarji, televizija, fotografi... Manekenke in manekeni so blesteli v soju luči. In vsa ta oblačila znanih slovenskih modnih kreatorjev za kolekcijo pomlad-poletje... Vsa oblačila so bila zanimiva, zraven pa še seveda nakit in obutev. Tudi pričeske in ličila so bili nekaj posebnega. Bilo je res nepozabno. Res sem vesela da smo se odločile za to raziskovalno nalogo in se povezale z Uršo Drogenik, Vladimiro Skale.

Nadja





Slike: Modna revija, Narodni dom v Celju, 30.3.2006

6. POVZETEK

P1: Mladi sledijo modi.

Modi najbolj sledijo gimnazijci iz Umetnostne gimnazije Ljubljana, nato jim sledijo srednješolci iz Rogaške Slatine, za njimi so dijaki in dijakinje I. gimnazije v Celju. Iz vseh rezultatov pa sledi, da so gimnazijci I. gimnazije Celje najmanj navdušeni nad modo.

Pričakovali smo, da dekleta bolj sledijo modi. To se je v večini tudi potrdilo, razen pri fantih iz Rogaške Slatine.

P2: Vse barve so priljubljene.

Posebnih razlik med 1. in 4. letniki glede na priljubljenost barv ni. Tudi razlik med šolami (oziroma kraji) ni. Pri moških in ženskah prevladuje črna barva pri oblačilih (moški 40%, ženske 29%).

Vendar moški radi nosijo še modro in rdečo, ženske pa modro in roza.

P3: Kavbojke so priljubljene.

Kavbojke so med gimnazijci najbolj priljubljene. Na splošno pa, dijaki iz I. gimnazije Celje največ odštejejo za kavbojke. Moški iz Celja zapravijo več kot njihovi vrstniki iz Ljubljane in Rogaške Slatine. Večjih razlik med moškimi in ženskami glede zneskov, ki jih porabijo za kavbojke, ni. Kavbojsko krilo je pri dekletih zelo priljubljeno. Najbolj pogosto jih nosijo gimnazijke iz Celja in R. Slatine. Tretjina deklet na sploh ne nosi kril.

P4: Gimnazijci ne odobravajo oblačenja, ki odstopa od običajnega.

Neobičajno oblačenje najbolj podpirajo gimnazijci iz Ljubljane (75%), 4. letniki iz Celja (40%) ter 1. letniki iz Rog. Slatine (38%). Iz tabele je razvidno, da se 1. in 4. letniki pri tem vprašanju ne razlikujejo preveč.

P5: Poklici, povezani z modo, so priljubljeni.

Kar četrtnina dijakov iz gimnazije Rog. Slatina, oziroma tretjina dijakov iz gimnazij Celje in Ljubljana se želi preizkusiti v manekenstvu. V primerjavi z moškimi si ženske v večjem številu želijo postati modne oblikovalke. Podobno velja tudi za poklic stilista. Zanimivo pa je, da se fantje iz Rog. Slatine in Celja želijo ukvarjati z manekenstvom v večjem številu kot ženske.

P6: Stroški za valetu se večinoma gibljejo do 50 000 SIT.

Le nizek odstotek vprašanih je obleko za valeta kupil v tujini ali pa jo dal šivati. Lahko rečemo, da starše valeta veliko stane. Tretjina odgovorov je nad 50 000 SIT. V Rog. Slatini pa so nekoliko bolj varčni kot v drugih krajih.

P7: Mladi se zgledujejo po tuji modi.

Iz odgovorov je razvidno, da se Slovenci zgledujemo po tujih modnih trendih.

P8: Med gimnazijci je priljubljenih veliko blagovnih znamk oblačil.

Glede na število vseh imen blagovnih znamk, ki jih nosijo gimnazijci, med šolami ni večjih razlik. To pomeni, da so vse prisotne blagovne znamke med gimnazijci pri nas dokaj priljubljene.

P9: Mladi pogosto uporabljajo modne dodatke.

Največ gimnazijcev nosi modne dodatke le občasno. Modni dodatki so bolj priljubljeni v prvem kot pa v četrtem letniku.

P10: Najbolj priljubljena je športna obutev.

Med gimnazijcev je priljubljena predvsem športna obutev. Razlik med letniki ni.

Iz intervjujev, ki smo jih opravili s prof. likovne vzgoje, modno oblikovalko in vizažistki, ugotavljamo, da pri odgovorih predvsem izhajajo iz svojega poklica.

Vsi poudarjajo prvi vtis, ki ga človek naredi tudi s pomočjo svoje obleke.

Intervju z manekenko:

Intervjuvanka izjavlja, da tega poklica mlada dekleta ne bi uspešno izpeljala. Starši so zelo pomembni zaradi organizacije, podpore, zaščite...

Omenja, da ji poklic ni težak.

LITERATURA IN VIRI

Sam, Anej (2006). Oblačenje in moda. Ljubljana: Jasa

Georgina O'Hara (1994). Enciklopedija mode. Ljubljana: DZS

<http://sl.wikipedia.org/wiki/Kategorija:Moda>

PRILOGE:

1. Anketa o modi mladih (za gimnazijce)

Smo učenke 8. in 9. razreda v osnovni šoli Šmarje pri Jelšah, ki delamo raziskovalno nalogo z naslovom MODA MLADIH.

Prosimo te, da rešiš to anonimno anketo, saj nam boš s tem pomagal pri raziskovanju.

1.) Spol: Ž M
Starost: _____

2.) Ali se oblačiš po zadnji modi?
a) DA b) NE c) NE VEM

3.) Katera barva prevladuje v tvoji garderobi? obkroži ustrezen odgovor.
a) črna
b) rdeča
c) modra
d) roza
e) zelena
f) drugo: _____

4.) Kaj imaš najraje oblečeno? Obkroži po eden odgovor za vsa tri oblačila.

HLAČE:
a) kavbojke
b) žametne
c) drugo: _____

KRILA (odgovorijo dekleta):
a) kavbojsko
b) žametno
c) drugo: _____

MAJICE, SRAJCE:
a) potiskana majica
b) srajca
c) drugo: _____

5.) Koliko denarja odšteješ za kavbojke? Obkroži ustrezen odgovor.

a) od 1.000 do 3.000 SIT
b) od 3.000 do 7.000 SIT
c) od 7.000 do 12.000 SIT
d) več kot 12.000 SIT

6.) Kaj misliš o oblačenju, ki odstopa od običajnega?

7.) Katerega od naštetih poklicev bi tudi sam opravljal? Obkrožiš lahko več odgovorov

- a) modni oblikovalec
- b) maneken
- c) modni fotograf
- d) stilist
- e) kostumograf
- f) drugo: _____

Pojasni odgovor:

8.) Kje ste kupili garderobo za tvojo valetu? Obkroži ustrezen odgovor

- a) v trgovini v Sloveniji
- b) v trgovini v tujini
- c) dal/a sem si jo sešiti
- d) izposodil/a sem si jo

9.) Koliko si odštél za obleko in obutev? Obkroži ustrezen odgovor

- a) do 35.000 SIT
- b) do 50.000 SIT
- c) do 70.000 SIT
- d) nad 70.000 SIT

10.) Ali ti je že kakšen modni oblikovalec zašil obleko? Obkroži ustrezen odgovor

- a) DA
- b) NE

11.) DA, koliko si plačal? Obkroži ustrezen odgovor

- e) do 30.000 SIT
- f) do 50.000 SIT
- g) do 70.000 SIT
- h) do 100.000 SIT
- i) do 150.000 SIT
- j) več kot 150.000 SIT

12.) Katere blagovne znamke imaš najraje?

13.) Ali na priljubljenost v tvoji družbi vpliva način oblačenja?

- a) DA
- b) NE
- c) NE VEM

14.) Če je odgovor DA, pojasni, kako in zakaj vpliva?

15.) Ali nosiš modne dodatke?

a) VEDNO

b) VČASIH

c) NIKOLI

16.) Pojasnilo:

17.) Obutev

a) Kakšno obutev najpogosteje nosiš v šolo? _____

b) Kakšno obutev najraje nosiš v prostem času? _____

Hvala!

Sara, Tadeja in Nadja

2. Intervjuji

datum: 15.2.2006

INTERVJU Z LIKOVNIM PEDAGOGOM g. Jožetom Božičkom

G. Jože Božiček je likovni pedagog na osnovni šoli Šmarje pri Jelšah. Zelo rad je imel v šoli naravoslovne predmete.

1. Kakšno šolo ste morali narediti, da ste postali likovni pedagog?

Moral sem narediti pedagoško fakulteto oziroma likovna pedagoginja.

2. Kaj vas je navdušilo za ta poklic?

Veliko sem bral stripe, da bi postal slikar.

3. Kdaj ste se odločili, da boste postali likovni pedagog?

V Osnovni šoli.

4. Kdo vas je navdušil za to, kar počnete v življenju?

Navdušilo me je veliko šolski predmetov recimo kemija, zgodovina, geografija...

5. Kako gledate na izbore?

Jaz tega ne spremljam, zato ker Slovenci ne znamo izbrati miss in tudi ne znamo gledat kakšne so najlepše ženske.

6. Kakšna se vam zdi današnja moda?

Praktična, uporabna, v glavnem vseč mi je.

7. Iz katerega zgodovinskega obdobja se vam najbolj dopada moda? Zakaj?

Trenutno mi je vseč moda leta 1990 ter obdobje baroka.

8. Menite, da se način oblačenja razlikuje med regijami?

Ja.

9. Pravijo, da obleka naredi človeka, ali to res drži, kaj menite o tem?

Prvo je vtis potem pa je vse drugo.

10. Kje izbirate oblačila, ki jih v nosite?

Modiani, Sisly oziroma kjerkoli.

11. Katera znotraj umetnost vam je najbližja?

Razlika je, da moda se vidi v umetnosti, obdobje pa se povezuje z modo.

12. Kakšne cilje imate za prihodnost?

Zelo posebne.



Slika: Pogovor s prof. lik. pedagogike, Jožetom Božičkom

Datum: 25.02.2006

INTERVJU Z MODNO OBLIKOVALKO Uršo Drofenik

Urša Drofenik se je rodila 1.4.1976 v Celju. Po poklicu je Modna oblikovalka. Pred nekaj meseci je odprla svoj atelje v Rogaški Slatini.

1. Kakšno šolo ste morali končati, da ste postali modna oblikovalka?

Srednjo oblikovno šolo v Ljubljani.

2. Ali se spomnite kaj ste prvič zašili?

Prvič sem zašila obleko za barbiko.

3. Kdaj ste se odločili, da se boste ukvarjali z modo?

V osnovni šoli.

4. S katerimi poklici se še srečujete pri svojem delu?

Ni posebnih poklicev, ki bi se srečevala z njimi.

5. Kako gledate na lepotne izbore?

Nisem pristaš tega, ampak je fino da se pokažejo moje obleke, jih spremljam, posebno je še to, da lepote ne moreš ocenjevati.

6. Kakšna se vam zdi današnja moda?

Lepa, lahka, ni posebna, več trendov.

7. Iz katerega zgodovinskega obdobja vam je najbolj všeč način oblačenja in zakaj?

Pred leti mi je bilo všeč 18.stoletje, zdaj pa se mi zdi da iz vsakega stoletja je nekaj lepega.

8. Menite, da se način oblačenja razlikuje med slovenskimi regijami?

Ne, oziroma se razlikuje med najstnikih in starejših ljudi.

9. Kdo najpogosteje naroča obleke pri vas?

Največ maturantske in poročne, delamo pa tudi klasične in za valetu obleke.

10. Pravijo, da obleka naredi človeka, kakšno je vaše mnenje o tem?

Ta pogovor lahko rečemo da drži. Lahko pa rečemo da ne, odvisno je od človeka.

11. Ali imate pri vas kakšne posebne šivalne stroje?

Ja, navadne in specialne.

12. Kje izbirate oblačila zase?

V S.Oliverju, H&M, Emporium.

13. Kje se je začela vaša kariera?

Leta 1996, ko sem se vpisala na tečaj za obleko in potem tam sem zmagala.

14. Kako in kje prodajate svoje izdelke?

V ateljeju v Rogaški Slatini in v Emporinu v Ljubljani.

15. Kakšne cilje imate za prihodnost?

Velike.

16. Ali si obleke preden zašijete skicirate?

Redko.

17. Ali se vam pri šivanju kaj raztrga?

Ja, tudi.

18. Ali ljudje izbirajo enobarne ali pisane obleke?

Večinoma pisane.

19. Kako spremljate modo?

Hodim na modne sejme in gledam modne revije, kjer so tudi moje obleke objavljene.

20. Ali hodite na modne revije?

Pred leti sem hodia, zdaj pa nimam več časa.

21. Ali sami tudi organizirate modne revije?

Ja.

22. Ali delate modne dodatke sami?

Ne, imam dva zaposlena, ena dela torbice, eden pa čevlje.

23. Ali vam je katera obleka, ki ste jo zašili posebej ostala v srcu?

Ja.

24. Kje dobivate blago za šivat?

V Italiji, od Monaka do Firenc.

25. Ali veliko potujete po svetu?

Rada potujem, ampak ker nimam časa ne morem potovati.

INTERVJUVALA: Tadeja Kosovel



Slika: Na obisku pri Urši Drofenik, modni oblikovalki



Slika: Kreacije Urše Drofenik



Slika: Modne skice U. Drofenik



Slika: Modna skica U. Drofenik

Datum: 30.3.2006

INTERVJU Z VIZAŽISKO Vladimiro Skale

1. Kdaj ste se odločili, da se boste ukvarjali z modo?

Moram priznat, da to ni bila nikoli resna odločitev, da bi se ukvarjala z modo, saj sem si vedno želela ukvarjati z gledališko režijo. Mene je zanimalo gledališče in iz tega sem se začela ukvarjati z modo.

2. Kje se je pričela Vaša kariera?

Ne vem če bi jaz temu rekla kariera saj imam jaz o tem čisto svoj pomen. Moje delo se je začelo korak za korakom. Malo že v osnovni šoli, v srednji šoli in potem sam vpis na fakulteto.

3. Ali ste vizažistka ali stilistka in kakšna je razlika?

Ja moram priznat da me vizažistika in gledališka maska sila privlačita. Maskerska dela se uporabljajo v gledališču itd. in tam igralca pogrešajo, mu nadenejo drug obraz, medtem ko vizažisti polepšajo obraz manekenkam lepotnimi popravki ženskam in moškim.

4. Koliko vizažistov je približno v Sloveniji?

Vizažistov v Sloveniji je kar veliko, vendar po moji oceni malo dobrih.

5. Ali organizirate modne revije tudi izven Slovenije?

Ja tudi, odvisno od naročnikov. Glede na naročnika se prilagodimo prostoru, času in tudi zgodbi.

6. S katerimi poklici se še srečujete pri svojem delu?

Zelo veliko jih je. Od oblikovanja prostora do grafike, do preprostih del v prostoru. Po moji oceni je več kot 50 različnih del.

7. Kako gledate na slovenske manekene / manekenke ali foto modele?

Slovenci prostor se deli na eno sceno, lepотно sceno. To so ta dekleta in fantje, ki se ukvarjajo z lepотnimi tekmovanji. Druga je pa manekenska scena. Ti modela pa ne smejo imeti na prvem mestu sebe temveč modele, ki jih predstavljajo.

8. Ali lahko imenujete manekenke/manekene s katerimi imate dobre in slabe izkušnje in če nam kakšno izkušnjo lahko zaupate?

V 15. letih delovanja smo imeli 10 res dobrih manekenk. Ponavadi pa delam kar s manekenkami iz svoje agencije.

9. Ali lahko poveste kakšno zanimivo izkušnjo?

Zanimiva izkušnja je ta, da je to svet, ki ga mi sanjamo, samo da si to ne priznamo. Najbolj zanimivo pa je to, da lahko ta svet uresničiš, če si to res želiš.

10. Pravijo, da obleka naredi človeka, kakšno je vaše mnenje o tem?

Na žalost, če smo iskreni, je prvi vtis zelo pomemben. Ampak na srečo pa v življenju ne meri to.

11. Iz katerega zgodovinskega obdobja vam je najbolj všeč način oblačenja in zakaj?

Zelo privlačni so mi Celjski grofje.

12. Kakšna se vam zdi današnja moda?

Zelo zanimiva in uporabna. Ker se lahko vsak pokaže kakršen je.

13. Menite, da se način oblačenja razlikuje med slovenskimi regijami?

Da, tudi malo.

14. Ali se dežela in mesto razlikujeta po oblačenju?

Da, tudi.

15. Kje izbirate oblačila zase?

Moram priznat, da imam prijateljico, ki je odlična šivilja in mi uresniči vse sanje.

16. Kako gledate na lepотne izbore?

Odvizno, kaj mi ponudijo dekleta in kaj mi ponudi izbor. Zdi se mi pomembno, da se postavi modna revija na nek kvaliteten nivo in da s tega nivoja potem sledi tudi kvalitetna predstavitev in da so dekleta pravilno umestijo v tisti prostor.

INTERVJUVALA: Nadja Strašek



Sliki: Vizažistka Vladimira Skale

INTERVJU Z MANEKENKO Nino Vrečar

- 1. Kdo vas je navdušil za manekenstvo?**
Sama, ker mi je manekenstvo vedno bilo všeč.
- 2. Ali je potrebna kakšna izobrazba?**
Ne. Spodnje meje starosti ni.
- 3. Ali je ta poklic naporen?**
Ne.
- 4. Koliko časa na dan vam vzame ta poklic?**
Odvisno. Na dan modne revije priprave trajajo že od popoldneva.
- 5. Ali še opravljate poleg tega kakšen drug poklic?**
Študiram angleščino in sociologijo.
- 6. Ali ste kdaj razmišljali o tujini?**
Ne
- 7. Ste fotomodel ali manekenka?**
Sem bolj manekenka, sem pa že tudi delala kot fotomodel.
- 8. Kdaj ste si ogledali prvo modno revijo?**
Se ne spomnim.
- 9. Ali se da zaslužiti z manekenstvom?**
Da, lahko se zasluži nekaj denarja z manekenstvom.

10. Ali imate kaj treme med nastopom?

Na začetku sem jo imela, vendar zdaj vedno manj.

11. Ali se vam je zgodila kakšna nesreča med nastopom?

Ne.

12. Kako ste prišli do te agencije?

V reviji COOL je bil objavljen članek.

13. Kako ohranjate kondicijo?

S telovadbo.

14. Kaj priporočate mladim dekletom, ki hočejo postati manekenke?

Naj bodo previdne in naj jih podpirajo starši.

INTERVJUVALA: Nadja Strašek



Slika: Manekenka, Nina Vrečar