

MESTNA OBČINA CELJE
KOMISIJA MLADI ZA CELJE

Raziskovalna naloga:

MODA MED OSNOVNOŠOLCI



Avtorici:

Tina Gumilar, 7.a

Neža Vengust, 7.a

Mentorica:

Simona Mesojedec, prof. RP

Celje, marec 2013

OSNOVNA ŠOLA HUDINJA CELJE

Raziskovalna naloga:

MODA MED OSNOVNOŠOLCI

Avtorici:

Tina Gumilar, 7.a

Neža Vengust, 7.a

Mentorica:

Simona Mesojedec, prof. RP

Mestna občina Celje, Mladi za Celje

Celje, marec 2013

KAZALO

1 UVOD	1
2 TEORETIČNI DEL	2
2.1 VLOGA IN STIL OBLAČENJA.....	2
2.2 OPREDELITEV POJMA MODA.....	3
2.2.1 FUNKCIJA OBLAČENJA.....	5
2.2.2 OBLAČILO KOT NAČIN IZRAŽANJA.....	6
2.3 MODA IN MLADI.....	8
2.4 MODNI DODATKI.....	9
2.5 MODA DANES.....	10
3 OPIS RAZISKOVALNEGA PROBLEMA	12
3.1 RAZISKOVALNE HIPOTEZE.....	13
3.2 RAZISKOVALNE METODE.....	14
3.2.1 Metoda dela z viri in literaturo.....	14
3.2.2 Metoda anketiranja.....	15
3.2.3 Metoda obdelave podatkov in njihova interpretacija.....	15
4 OSREDNJI DEL	16
4.1 OPIS RAZISKOVALNIH REZULTATOV.....	16
4.1.1 Kakšen je tvoj stil oblačenja?.....	16
4.1.2 Katera barva oblačil ti je najljubša?.....	17
4.1.3 Kdo ti najbolje svetuje pri nakupu oblačil?.....	18
4.1.4 Ali s to osebo tudi najrajši nakupuješ oblačila?.....	18
4.1.5 V katerih trgovinah najraje nakupuješ?.....	19
4.1.6 Kateri je tvoj najljubši modni dodatek?	20
4.1.7 Kako pogosto kupuješ oblačila?.....	20
4.1.8 Meniš, da k celostni modni podobi sodijo tudi čevlji?.....	21
4.1.9 Ali vpliva način oblačenja na priljubljenost v tvoji družbi?.....	22
4.1.10 Ali se oblačiš modno?.....	23
5 DISKUSIJA	24

6 ZAKLJUČEK.....	25
7 VIRI IN LITERATURA.....	26

KAZALO GRAFOV

Graf 1: Število anketiranih učencev po spolu.....	12
Graf 2: Število anketiranih učencev glede na razred, ki ga obiskujejo.....	13
Graf 3: Stil oblačenja učencev.....	16
Graf 4: Najljubša barva oblačil učencev.....	17
Graf 5: Kdo učencem najbolj svetuje pri nakupu oblačil.....	18
Graf 6: Nakupovanje oblačil z osebo, ki ti najbolj svetuje.....	18
Graf 7: Trgovine v katerih učenci najraje nakupujejo.....	19
Graf 8: Modni dodatki, ki so učencem najljubši.....	20
Graf 9: Pogostost kupovanja oblačil.....	20
Graf 10: Vloga čevljev pri celostni modni podobi.....	21
Graf 11: Priljubljenost v družbi glede na način oblačenja.....	22
Graf 12: Mnenje učencev o tem ali se oblačijo modno.....	23

POVZETEK

Obleka naredi človeka pravi znan slovenski pregovor. Pa je res tako? Je pomembna samo obleka? Vsekakor je danes pomembno, kako v družbi izgledamo in del tega je tudi obleka. Prav zato sva si postavili izziv in se lotili raziskovalne naloge z naslovom Moda med osnovnošolci. V teoretičnem delu naloge sva se posvetili modi in oblačenju ter pojme predstavili. V empiričnem delu naloge naju je predvsem zanimalo kakšen stil oblačenja imajo učenci, katera je njihova najljubša barva, ali način oblačenja vpliva na priljubljenost v družbi. Zanimalo naju je še ali menijo, da se oblačijo modno ter kdo jim pri izbiri oblačil najboljše svetuje.

Prišli sva do zanimivih ugotovitev. Učenci osnovne šole Hudinja se najraje oblačijo v športna oblačila, najbolj priljubljena barva pa je črna. Način oblačenja ne vpliva na priljubljenost v družbi. Učenci menijo, da se oblačijo modno. Pri izbiri oblačil pa jim najboljše svetujejo starši. Na splošno velja, da želijo biti mladi v koraku s časom in tako se je izkazalo tudi pri modi.

1 UVOD

Moda odraža način življenja v določenem času in prostoru. Skozi zgodovino se je nenehno in intenzivno spreminjala ter prinašala novosti. Nastaja kot proces družbene interakcije, ki za posameznika pomeni prilagajanje določenemu življenjskemu stilu, hkrati pa mu ponuja možnost za izražanje individualnosti. Čeprav nas moda spremlja na vseh področjih, je najtesneje povezana z oblačenjem in razvojem modnih oblačilnih znamk. Naju je predvsem zanimalo, kakšen stil oblačenja imajo učenci, katera je njihova najljubša barva, ali menijo, da način oblačenja vpliva na priljubljenost v družbi. Zanimalo naju je še ali menijo, da se oblačijo modno ter kdo jim pri izbiri oblačil najbolje svetuje. V sklopu najine raziskovalne naloge sva si postavili naslednje hipoteze:

H1: Predvidevava, da se velika večina učencev oblači v športna oblačila

H2: Predvidevava, da je učencem najljubša barva oblačil črna barva

H3: Predvidevava, da način oblačenja vpliva na priljubljenost v družbi

H4: Predvidevava, da učenci menijo, da se oblačijo modno

H5: Predvidevava, da učencem pri izbiri oblačil najbolje svetujejo starši

Spremembe, ki se vežejo na hipoteze sva preverili z anketnim vprašalnikom. Rezultati vprašalnika so predstavljeni z grafi v osrednjem delu naloge. Pri izdelavi raziskovalne naloge sva si pomagali z različnimi viri in literaturo, ki sva jo poiskali v šolski knjižnici in na spletnih straneh. Anketni vprašalnik sva razdelili v mesecu decembru in je bil anonimen, kar nama je zagotovilo to, da so učenci bolj resno in brez zadržkov odgovarjali. Vse odgovore sva temeljito pregledali in analizirali, kar je v glavnem delu tudi predstavljeno.

2 TEORETIČNI DEL

2.1 VLOGA IN STIL OBLAČENJA

Zakaj se pravzaprav oblačimo? Oblačila varujejo telo pred mrazom, vročino, pri delu in športu, pred človeškimi in živalskimi sovražniki ter fizičnimi ali psihološkimi nevarnostmi (Barnard, 1996, str.49).

Oblačenje je posebne vrste potreba. Skozenj se človek predstavlja. Velik je tudi sporočilni pomen obleke. »Obleka dela človeka«, pravi slovenski pregovor. Z obleko se človek tudi družbeno distancira, razlikuje od drugih ljudi in je potemtakem potreba s številnimi pomeni in nameni (Južnič, 1998, str.233).

Na način oblačenja so v vseh obdobjih vplivali politični, verski, gospodarski in družbeni dejavniki. Oblačila še danes razmejujejo ljudi na pripadnike različnih etničnih skupin, družbenih slojev in spolov. Oblačenje omogoča tudi prepoznavanje. Posamezniki se po značilni noši takoj prepoznavajo, npr. noša kravjih pastirjev (kavbojev), uniforma vojske, ... Oblačila dajejo okolju pestrost in barvitost, zato vplivajo na naša čustva (Ditz, 1998, str.9).

Včasih so moderna takšna oblačila, ki nam niso všeč, vendar jih sprejemamo zaradi mode, ki nam želi pokazati svojo premoč. Tukaj gre za enega izmed najbolj nenavadnih socialnopsiholoških pojavov, v katerem se kaže značaj množične akcije, da namreč moda zahteva brezsravnosti, ki bi jih posameznik kot tak ogorčeno zavrnil, vendar pa kot zakon mode pri njem naletijo na popolno prilagajanje (Simmel, 1998, str.244).

Kaj pa pomeni stil? Umetnost oblačenja pomeni izbrati ustrezno oblačilo, ki bo telo ne le zaščitilo, temveč tudi skrilo njegove pomanjkljivosti. Slog oblačenja pa poudari osebnost posameznika. Preveliko posnemanje modnih novosti pripelje uporabnika v podrejen položaj, saj izniči osebni slog. Tak način oblačenja je značilen za ljudi, ki ne znajo sami izbrati ustreznega kroja in modela in se prepuščajo okusu drugih. Večkrat se želijo istovetiti z uveljavljenim modelom lepote. Elegantno oblečen posameznik se ne podreja modi v vseh

podrobnostih, temveč svoj slog dopolnjuje, neguje in harmonično usklajuje (Ditz, 1998, str.11).

2.2 OPREDELITEV POJMA MODA

Moda je širok pojem, ki ga zasledimo v povezavi z različnimi področji posameznikovega življenja. Da je nekaj modno, pomeni, da je "v koraku s časom". Biti moderen, pomeni slediti trendom, se oblačiti kot zapovedujejo zadnje modne revije, se zadrževati na krajih, ki so "in" in se obnašati temu primerno.

"Moda je način, po katerem se obrača slehrna civilizacija. Je tako misel kot obleka, tako domisljica, kot gib, povabilo za mizo ali skrbno zapečateno pismo. Je način govorjenja, način hranjenja, način hoje in pozdravljanja. Je tudi skrb za telo, obraz in lase " (Braudel, 1988, str.90).

Moda se pojavlja na različnih področjih (oblačenje, oprema stanovanja, hrana, okus časa, okraševanje...), je širok pojem, ki ga ni lahko razložiti in ne kraljuje samo v oblačenju. Moda odraža način kako ljudje definirajo samega sebe, odgovorna je za vsakoletno spreminjanje garderobe, glasbene opreme, pohištva in avtomobilov, ki jih vozimo. Čeprav ljudje modo povezujejo največkrat z oblačili in modnimi dodatki, ne smemo pozabiti, da se moda nanaša na vse tipe kulturnih fenomenov, ki vključujejo tudi druge proizvode, kot so igrače, avtomobili, kuhinjski pripomočki, glasba, hrana, umetnost, arhitektura, tv-šovi in celo znanost. Pri obravnavanju mode je zato pomembno razlikovati med modo, kot širokim pojmom in oblačilno modo, kot njeno podvrsto. Običajno je beseda moda uporabljena v povezavi z vizualnim izgledom, največkrat se celo nanaša na ženska oblačila (du Gay, 1997, str.121).

A pomembno je dejstvo, da moda deluje tudi na mnogih drugih področjih. Kulturološke študije opredeljujejo modo kot izraz posameznikove identitete. A kljub temu, da je moda stvar posameznikove identitete, kreativnosti in potrošnje, je prav tako stvar proizvodnje, distribucije in prodaje na drobno. Zato mode kot celoto ne moremo obravnavati zgolj iz kulturološkega vidika, temveč tudi iz ekonomskega.

Oblačenje je neločljivo povezano tako z modo kot s stilom. Je eno izmed človekovih potreb. Z oblačenjem oziroma zakrivanjem telesa je naš prednik dosegel najoprijemljivejšo razliko med seboj in drugimi živalskimi vrstami. Obleka je postala razpoznavni znak in simbol človeške vrste. *"Ko govorimo o oblačenju se nanašamo tudi na stil in okus določene dobe ali določene družbene skupine v družbi,"* (Rubinstein, 1995, str.4).

Skozi zgodovino so se oblačila spreminjala tako v funkcionalnem, estetskem in moralnem, kot tudi simboličnem smislu. Pogojena s stopnjo tehnološkega razvoja je bila obleka vedno odraz kulturnih, ekonomskih, socialnih, političnih in verskih razmer. A vseeno je težko razložiti zakaj se oblačimo! *"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...). Oblači se tudi tedaj, ko mu ni do lepšanja samega sebe ali do simbolnega pomena obleke."* (Sam, 2000, str. 4-11).



Slika 1: Modne dame

(http://channel.nationalgeographic.com/exposure/content/photo/photo/49639_standard-fashion-book-summer- Pridobljeno: 15.2.2013)

2.2.1 FUNKCIJA OBLAČENJA

Brez dvoma je oblačenje človekova potreba, vendar pa z obleko tudi spreminjamo svoj videz. Oblačenje predstavlja: lažje življenje, izražanje ali zakrivanje identitete, spolna privlačnost. Oblačenje naj bi izhajalo iz človekove nagnjenosti do krasitve telesa. Okrasi lahko poudarijo posameznikov status in identiteto ter povečujejo samozavest. Krasitev ne pomeni le oblačenja telesa, temveč tudi poseganje v telo, ki zajema tetoviranje in prebadanje telesa ter blažje inčasne krasitve, kot sta barvanje las in uporaba ličil.

Tako so nastale materialne funkcije oblačil, ki so povezane z zaščito, zakrivanjem in odkrivanjem telesa, ter kulturne funkcije oblačil, ki so povezane s komunikacijo. Vendar popolna ločitev teh funkcij ni mogoča, saj kultura definira, na kakšen način je treba telo zaščititi, zakriti ali odkriti. Najbolj logična in sprejemljiva teorija pravi, da se je človek začel oblačiti zaradi **zaščite** (Barnard, 2004, str. 49).

Obleka ščiti telo pred mrazom, vročino in nesrečami, ki so povezane z nevarnimi poklici in športi, pred človeškimi in živalskimi sovražniki ter fizičnimi ali psihološkimi nevarnostmi (prav tam).

Ločimo lahko fizično funkcijo, kadar obleka deluje kot zaščita telesa pred okoljem, in psihološko funkcijo, kadar ljudje nosijo različne okrase kot zaščito pred nevarnimi silami.

Teorija zakrivanja in naravne sramežljivosti izhaja iz ideje, da se je določenih delov telesa treba sramovati, zato jih moramo zakrivati. Sramežljivost izvira iz židovsko-krščanske tradicije, ki uči, da je treba pozornost od skrbi za telo preusmeriti na odrešitev duše. Sramežljivost ne more biti glavni razlog za oblačenje, saj ima vsaka družba različno predstavo o sprejemljivi obleki in vedenju. Zato je sramežljivost rezultat nošenja oblačil (Rouse, 1989, str. 8).

Teorija odkrivanja in privlačnosti je v popolnem nasprotju s prejšnjo, saj kot razlog za oblačenje navaja razkazovanje, funkcija oblačil pa naj bi bila pritegnitev pozornosti na telo. Ljudje uporabljajo obleko za zapeljevanje (Barnard, 2004, str. 57).

Ženske naj bi s pomočjo oblačil vzbujale pozornost moških, ki si partnerico izbirajo zaradi njene privlačnosti, moška oblačila pa odražajo družbeni status, zaradi katerega si ženske izbirajo partnerja, ki jih bo lahko vzdrževal. Dejansko oblačila združujejo dve protislovni funkciji: poudarjajo našo privlačnost in istočasno varujejo našo sramežljivost (Rouse, 1989, str. 15).

Moda in oblačila simbolično povezujejo skupnosti ljudi. Oblačila, ki jih nosimo, omogočajo **komunikacijo** tako s člani družbene skupine in kulture, ki ji pripadamo, kot tudi s člani drugih družbenih skupin in kultur. Z oblačili izražamo pripadnost določeni družbeni skupini (narodni, verski, poklicni, interesni, prijateljski itd.) in našo družbeno vlogo (spolna, starostna, poklicna itd.). Včasih je obleka sporočala tudi posameznikovo razredno pripadnost (Rousse, 1989, str. 27).

2.2.2 OBLAČILO KOT NAČIN IZRAŽANJA

Oblačilo in odnos oblačilo – telo nam sporočata veliko informacij o tem, kdo je oseba, ki nosi oblačilo, pa tudi, kdo ta oseba ni ali kdo ta oseba želi biti. Oblačila ustvarjajo prvi vtis o nas in zelo vplivajo na to, kako nas drugi ocenjujejo. Zato so oblačila tudi pomemben posredovalec socialnega življenja. Govore nam o načinu življenja, razmišljanju in občutenjih ljudi, ki jih nosijo; sporočajo nam njihov socialni, profesionalni in ekonomski položaj, etnično poreklo, izbiro religije, politično prepričanje, prioritete, estetske preference itd. Oblačila lahko s komunikacijo posredujejo naslednje vrste sporočil (Barnard, 2004, str. 60)

- **Individualno izražanje:** Oblačila vedrih barv lahko izboljšajo slabo razpoloženje ljudi. Že samo nakupovanje in nošenje oblačil dostikrat vpliva na boljše počutje. Moda in oblačila posamezniku do neke mere dajejo možnost diferenciacije in izražanja originalnosti.

- **Družbeni status:** Določajo ga poklic, družina, spol, starost in rasa. Lahko je določen ali se

spreminja. V vseh kulturah si prizadevajo za jasno razločevanje statusov.

· **Družbena vloga:** Izhaja iz statusa posameznika in pomeni določena pravila obnašanja. Oblačila zdravnikov, medicinskih sester in pacientov v bolnišnici npr. jasno izražajo vlogo posameznika ter obenem pomenijo razliko v moči in statusu.

· **Ekonomski status:** Oblačila lahko odražajo, kje smo zaposleni in kakšen je naš položaj znotraj te organizacije. Lahko nakazujejo tudi poklic in vrsto dela, ki ga opravljamo.

· **Politična moč:** Ločimo lahko moč države, vlade ali politične stranke in moč, ki se izvaja med posamezniki na mikroravni, npr. v odnosih med starši in otroki. V prvem primeru se oblačila uporabljajo kot način izvajanja legitimnosti oblasti (npr. uporaba uniformiranih oblačil na Kitajskem).

· **Magično-verski pomen:** Nanaša se bolj na oblačila kot na modo, saj magični ali verski obredi temeljijo na določenem statusu duhovnikov, tradicionalnih vrednotah in vzdrževanju reda. Oblačila lahko odražajo članstvo v določeni verski skupini in status, ki ga ima posameznik v tej skupini.

· **Družbeni običaji:** So v vsaki družbi nekaj posebnega in zahtevajo temu primerna oblačila ob posebnih dogodkih, kot sta pogreb in poroka.

· **Šport in rekreacija:** Posebna oblačila se lahko uporabijo za rekreacijo ali pa označijo začetek in konec rekreacije. Športna oblačila omogočajo tudi razkazovanje zadnje mode in prestiža.

2.3 MODA IN MLADI

V današnjem času imajo osrednjo vlogo v modi mladi, saj so v obdobju iskanja lastne identitete, ki jo izražajo in ustvarjajo preko mode in oblačenja, hkrati pa so v opoziciji z avtoriteto, kar prav tako izražajo z nošenjem čimbolj drugačnih in izstopajočih oblačil. So pionirji novih modnih smernic, jih soustvarjajo in so dovolj pogumni, da prvi sežejo po njih. Največja skrb mladih je biti vedno na tekočem z novostmi. Dovzetni so za vse posebnosti, za najbolj nenavadne novosti, a ne samo oblačilne, tudi kulinarične in tehnološke. Ravno zaradi močno izražene želje in potrebe po novostih so mladi glavna tarča oglaševalcev (Tivadar, Kamin, 2002, str. 186).

Modo mladih lahko analiziramo iz dveh vidikov. Prvič, iz ideološkega, kjer se moda in oblačenje mladih izkažeta kot opozicija do vladajočih, dominantnih kultur. Kjer modo obravnavamo kot antimodo. In drugič iz komercialnega vidika, kjer moda in oblačenje ne izražata opozicijo in upor temveč sta le pripomoček pri graditvi posameznikove identitete, ki jo posameznik črpa iz številnih alternativnih modelov življenjskih stilov, ki jih ponujajo mediji (prav tam).

Mladi so muhasta in nepredvidljiva ciljna skupina, saj se njihova socializacija v potrošništvo začne že zgodaj v otroštvu. Otroci sprva predvsem kot opazovalci v potrošniških dejavnostih svojih staršev, pridobivajo izkušnje z nakupovanjem in si oblikujejo potrošniške vzorce in preference. Otroci so v proces potrošnje aktivno vključeni že od petega leta starosti, pri devetih letih pa naj bi bili že sofisticirani potrošniki. Dejavniki, ki posameznike vzgajajo v potrošnje, so številni, prevladuje 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 (prav tam).

Mladi imajo v svojem obdobju odraščanja mnogo potreb, med njimi eksperimentiranje, pripadanje, neodvisnost, odgovornost in odobravanje od drugih. Proizvodi pa jim predstavljajo medij, ki jim omogoča uresničitev teh potreb. Prav tako pa potrošnja za mlade predstavlja način življenja, druženja in zabave. Pri tem se mi pojavijo vprašanja, kot so: »Kaj je

tisto kar mladi najraje nakupujejo?«, »Kaj vpliva na njihove odločitve pri nakupu?«, »Kakšen pomen ima modna kot konstrukt posameznikove identitete na odločitev mladih pri nakupu? Kaj jim pomeni sam proces nakupovanja?«, itd.



Slika 2: Skiciranje oblačil

(http://www.deviantart.com/download/111602141/fashion_sketch_medley_by_bleedingmoon114.jpg Pridobljeno: 15.2.2013)

2.4 MODNI DODATKI

Modni dodatki so skoraj obvezen del vsake ženske in moške obleke. Večkrat pa smo v dvomih, kako izbrati modne dodatke, kot so čevlji, pas, torbica, šal in nakit. Navsezadnje ravno ti dodatki dajo piko na i videzu in poudarijo naš osebni slog. Z njimi poudarimo tudi osebni pristop do nove mode. Skrbno izbrani dodatki lahko spremenijo povsem običajno obleko v razburljivo, seksi in opaženo. Z ustrezno kombinacijo modnih dodatkov z oblačili lahko večkrat oblečemo ista oblačila, ne da bi zato postali dolgočasni. Z dodatki poudarimo drobne pomembnosti, nadgradimo slog, lahko pa ustvarimo samosvojega. Napačna uporaba in pretiravanje pa lahko prej uničita, kot pa ustvarita naš slog, saj z vsem kar nosimo, postavljamo temelj za svoj videz. Razmisliti moramo o tem, kako bi želeli, da nas vidijo drugi ljudje.

K modnim dodatkom prištevamo:

- nakit

- torbice
- pasovi
- rute, šali
- sončna očala (<http://www.idrijalace.org/izdelki/modni-dodatki>),



Slika 3: Modni dodatki

(<http://www.modnidodatki-sp.si/> Pridobljeno: 16.2.2013)

2.5 MODA DANES

Včasih je veljalo, da je moda rezervirana le za ljudi, ki delajo v modi in da moda ne zadeva širše javnosti. Ni nujno da smo obsedeni z modo in lepoto, vendar pa je velika verjetnost, da se danes kar zajeten kupček denarja porabi za to, da se vedno kupi kaj novega. Marsikatero žensko danes skrbi, če je njena obleka v modi. Ali se oblačim modno? Kaj je modno? Katere barve so in? Kakšen stil je priljubljen? Vedno se pojavi veliko vprašanj.

Modni oblikovalci in nekatere legendarne modne hiše dajejo neke smernice za dojetje ženske mode. Oblikovalci teh modnih hiš ustvarjajo nek trend mode. Dobijo mnenja iz različnih modnih sejmov, revij, razstav, fotoknjig. Čeprav gre pri modnih oblikovalcih v večini za posebne estravagantne obleke se največkrat, ravno na različne pritožbe in mnenja odločajo za predstavitev mode ki temelji na vsakodnevni uporabi.

Zelo veliko vlogo pri razvoju mode v vsakdanjem življenju imajo danes tudi mediji. Ženske danes modne trende spremljajo praktično na vsakem koraku. Tako lahko kaj hitro posnemajo katerokoli zanano pevko, igralko in tako pritegnejo pozornost. Nekakšen trend ženskosti v

modi tudi preko kakšnega filma, se pojavi pri filmu Stepfordske ženske. Nove in drugačne modne smernice je postavila tudi pevka Lady Gaga. K modi pa nas vsak dan posebej vabijo izložbene lutke, fotomodeli v raznih oglasih, revijah.

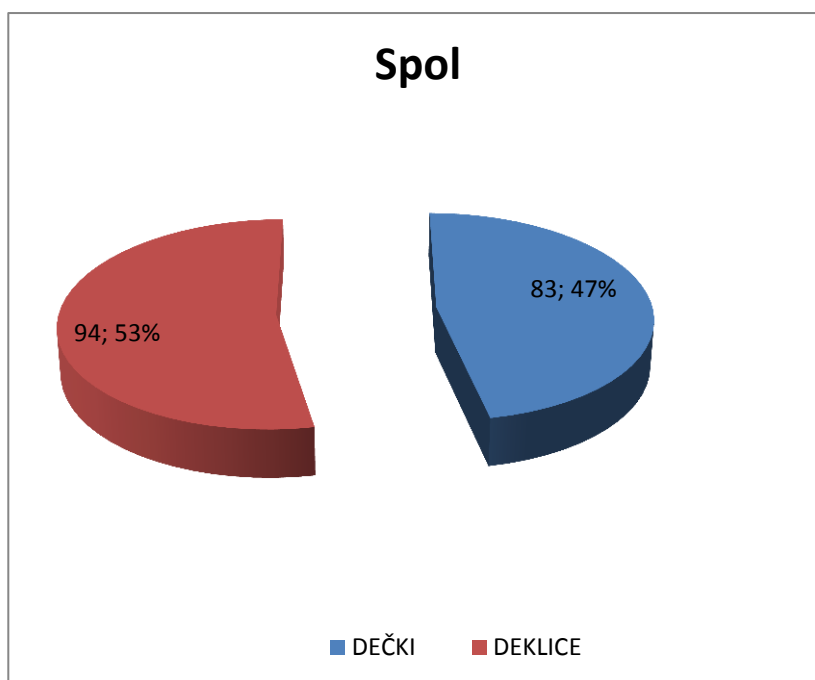
Dandanes vsakdo išče neko zunanjo potrditev. Na večino naših dejenj velikokrat vpliva tudi, kaj drugi mislijo o nas in ne samo naše udobje. Veliko bolje pa je, da namenimo več pozornosti udobju in sami nošnji oblačil, kot pa pozornosti drugih. Današnji racionalni potrošnik išče predvsem udobje, trpežnost in prilagodljivost oblačila. Obleka naj izraža nekaj kreativnega, nekaj kar daje piko na i celotnemu izgledu. Samo s takšnim stilom si lahko moden. Modni oblikovalci morajo slediti željam in zahtevam trga. Vedno večkrat iščejo pomoč pri pripravi modnih barv in oblik pri potrošnikih samih. Tu pa so mnenja večkrat različna, kajti takšne stvari zahtevajo tudi svoj davek.

Konec koncev je stranka tista, ki se odloči kaj in kako bo in želi nositi oblačilo, in če le to zagotavlja udobnost, potem lahko rečemo, da bo zagotovo v modi.

(<http://technorati.com/women/article/todays-fashion-for-women-who-exactly/>)

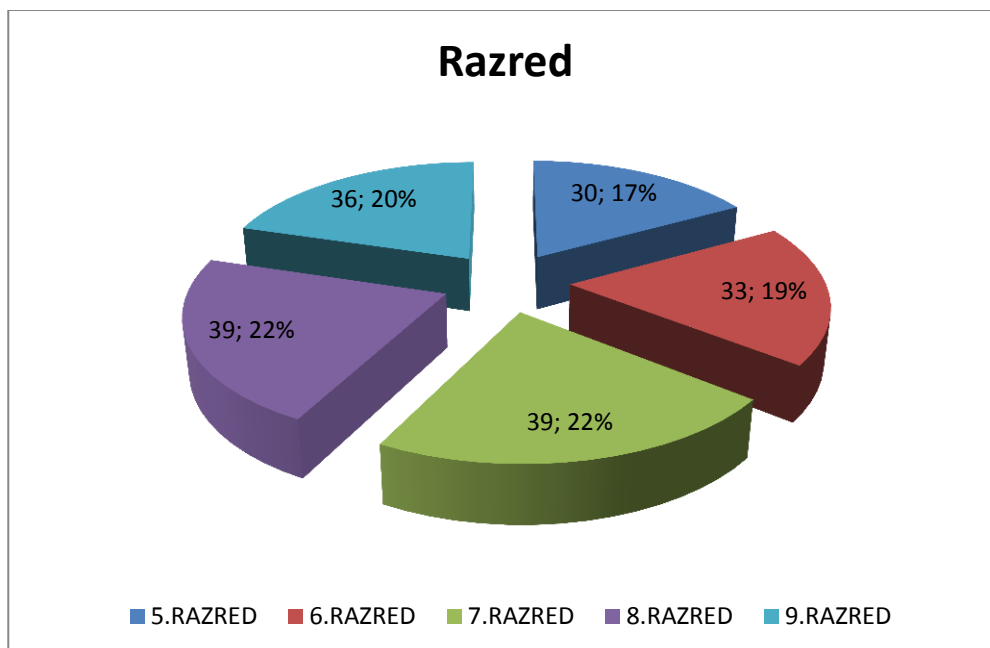
3 OPIS RAZISKOVALNEGA PROBLEMA

Najina raziskava temelji na vzorcu 177 učenca osnovne šole Hudinja. Anketo sva razdelili med učence 5., 6., 7., 8. in 9. razredov na osnovni šoli Hudinja. Želeli sva ugotoviti, v katera oblačila se učenci najraje oblačijo, katera je njihova najljubša barva, ali njihov stil vpliva na priljubljenost v družbi, če se oblačijo modno in kdo jim pri izbiri oblačil najbolj svetuje.



Graf 1: Število anketiranih učencev po spolu

Anketni vprašalnik je reševalo 177 učencev osnovne šole Hudinja. Od tega je anketni vprašalnik rešilo 83 (47%) dečkov in nekaj več 94 (53%) deklic.



Graf 2: Število anketiranih učencev glede na razred, ki ga obiskujejo

Anketirali sva učence od 5. do 9. razreda. Graf nam prikazuje, da je število anketiranih v vseh razredih zelo podobno. Anketni vprašalnik je rešilo 30 učencev iz 5. razreda, 33 učencev iz 6. razreda, 39 učencev iz 7. razreda, 39 učencev iz 8. razreda in 36 učencev 9. razredov.

3.1 RAZISKOVALNE HIPOTEZE

1. Hipoteza vezana na stil oblačenja

H1: Predvidevava, da se velika večina učencev oblači v športna oblačila

2. Hipoteza vezana na barvo oblačil

H2: Predvidevava, da je učencem najljubša barva oblačil črna barva

3. Hipoteza vezana na priljubljenost v družbi glede na način oblačenja

H3: Predvidevava, da način oblačenja vpliva na priljubljenost v družbi

4. Hipoteza vezana na mnenje o modi

H4: Predvidevava, da učenci menijo, da se oblačijo modno

5. Hipoteza vezana na svetovanje pri izbiri oblačil

H5: Predvidevava, da učencem pri izbiri oblačil najboljše svetujejo starši

3.2 RAZISKOVALNE METODE

Najina raziskava je temeljila na naslednjih metodah:

- metoda dela z viri in literaturo
- metoda anketiranja
- metoda obdelave podatkov in njihova interpretacija
- izdelava pisnega poročila

3.2.1 Metoda dela z viri in literaturo

Po posvetovanju z mentorico sva v knjižnici poiskali primerno literaturo. Veliko sva si pomagali tudi z internetom.

3.2.2 Metoda anketiranja

Anketni vprašalnik nama je služil v empiričnem delu najine raziskave. Anketo sva v mesecu decembru razdelili med učence 5., 6., 7., 8. in 9. razredov na OŠ Hudinja, katero so reševali v času razrednih ur. Anketa je bila anonimna, kar nama je zagotavljalo, da bodo učenci navajali resnične podatke. V vprašalniku so bila vprašanja zaprtega tipa, le nekaj vprašanj je zahtevalo še utemeljitev. Kar nekaj vprašalnikov ni bilo rešenih pravilno.

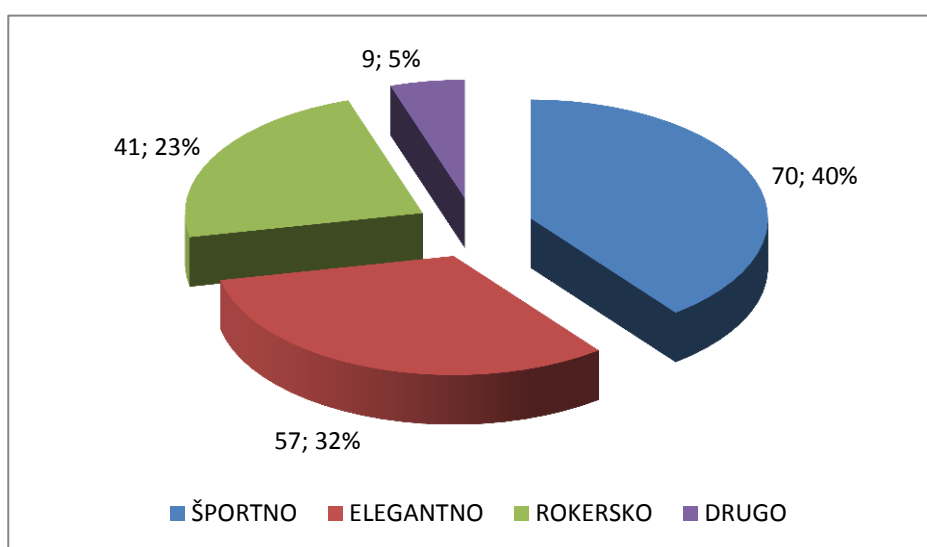
3.2.3 Metoda obdelave podatkov in njihova interpretacija

Vrnjene anketne vprašalnike sva natančno pregledali in analizirali. Najprej sva jih ločili po razredih in po danih odgovorih. Izdelali sva tabele za lažje analiziranje in za lažji grafični prikaz. Pomagali sva si z računalniškim programom Microsoft Word in Microsoft Excel. Vse zbrane podatke sva interpretirali in ugotovitve zapisali.

4 OSREDNJI DEL

4.1 OPIS RAZISKOVALNIH REZULTATOV

4.1.1 Kakšen je tvoj stil oblačenja?

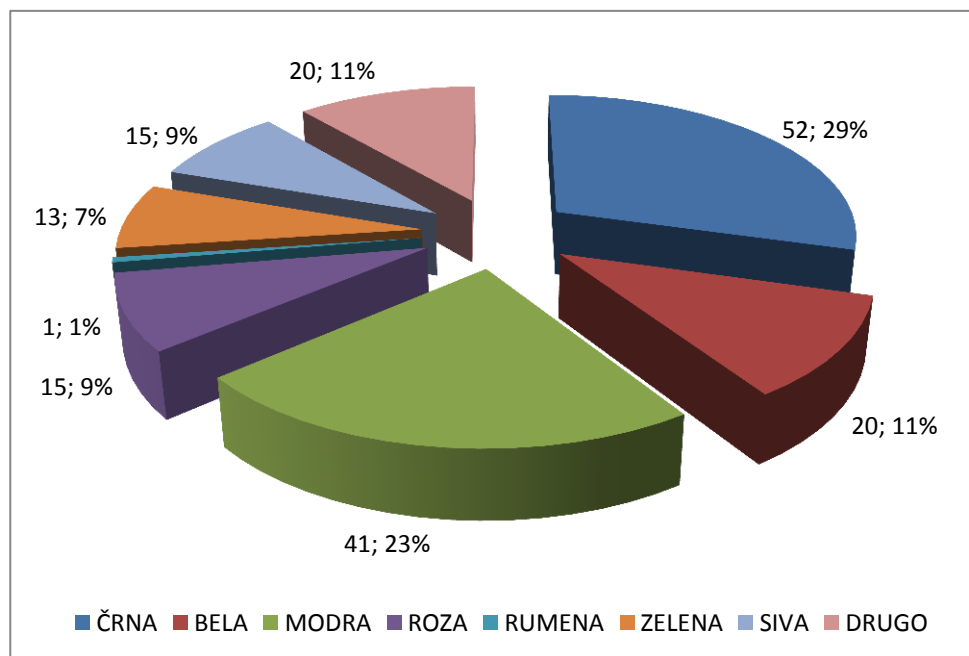


Graf 3: *Stil oblačenja učencev*

Ugotovili sva, da se učenci najraje oblačijo v športna oblačila. Tako je odgovorilo 40% učencev. Sledijo učenci, ki se radi oblačijo elegantno. Teh je 32%. Malo manjši delež učencev se oblači rokersko. Vsi ostali pa so se odločili, da imajo kakšen drug stil oblačenja. Nekaj deklet je napisalo, da imajo svoboden stil oblačenja, da se oblačijo včasih športno, včasih elegantno.

Pri tem vprašanju so učenci na črto napisali tudi najljubši kos oblačila. Tu se je pojavilo največ različnih odgovorov od majic, hlač, kril, kavbojk, »mikic«,.... Zanimivo nama je bilo predvsem to, da so skoraj vsi učenci točno zapisali kateri kos. Npr. roza majica s potiskom, temno modre kavbojke, modra majica, itd,...

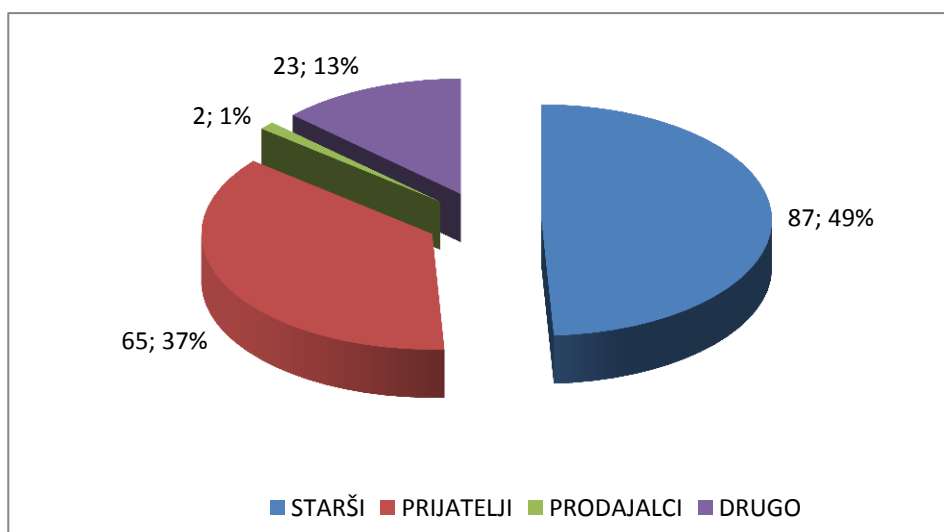
4.1.2 Katera barva oblačil ti je najljubša?



Graf 4: Najljubša barva oblačil učencev

Iz grafa je razvidno, da je učencem najljubša barva oblačil črna. Tako je odgovorilo 29% učencev. Sledi ji modra barva z 23%, nato pa bela z 11%. Kar velik delež učencev se je odločilo še za katero drugo barvo, ki ni bila naštetá. Zapisali so, da jim je najljubša še rjava, vijolična, oranžna,... Barva oblačil, ki jim ni všeč je rumena.

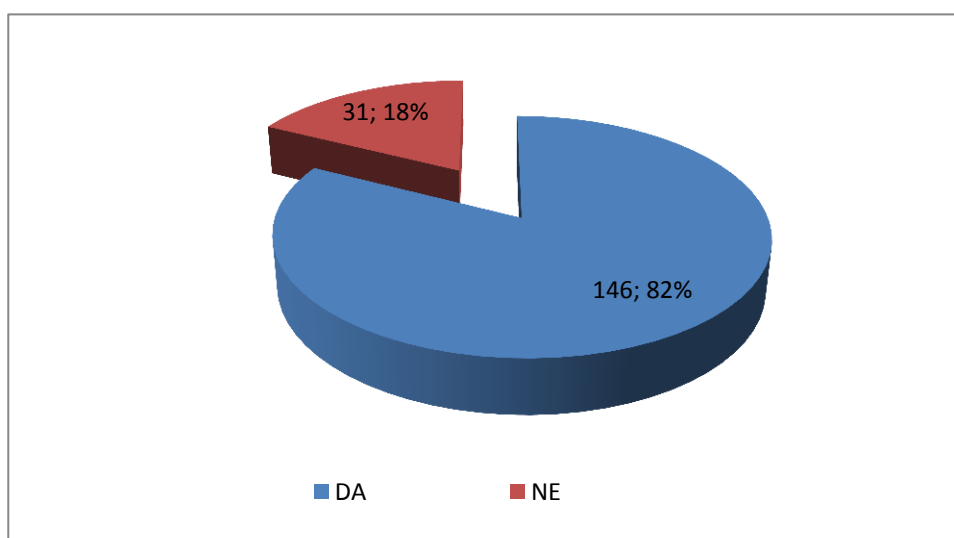
4.1.3 Kdo ti najboljše svetuje pri nakupu oblačil?



Graf 5: Kdo učencem najboljše svetuje pri nakupu oblačil

Iz grafa je razvidno, da učencem pri nakupu oblačil najboljše svetujejo starši. Tako meni skoraj polovica vseh anketiranih učencev. Ostalim dobro svetujejo tudi prijatelji. Najmanj je tistih, kateri se poslužujejo mnenju prodajalcev.

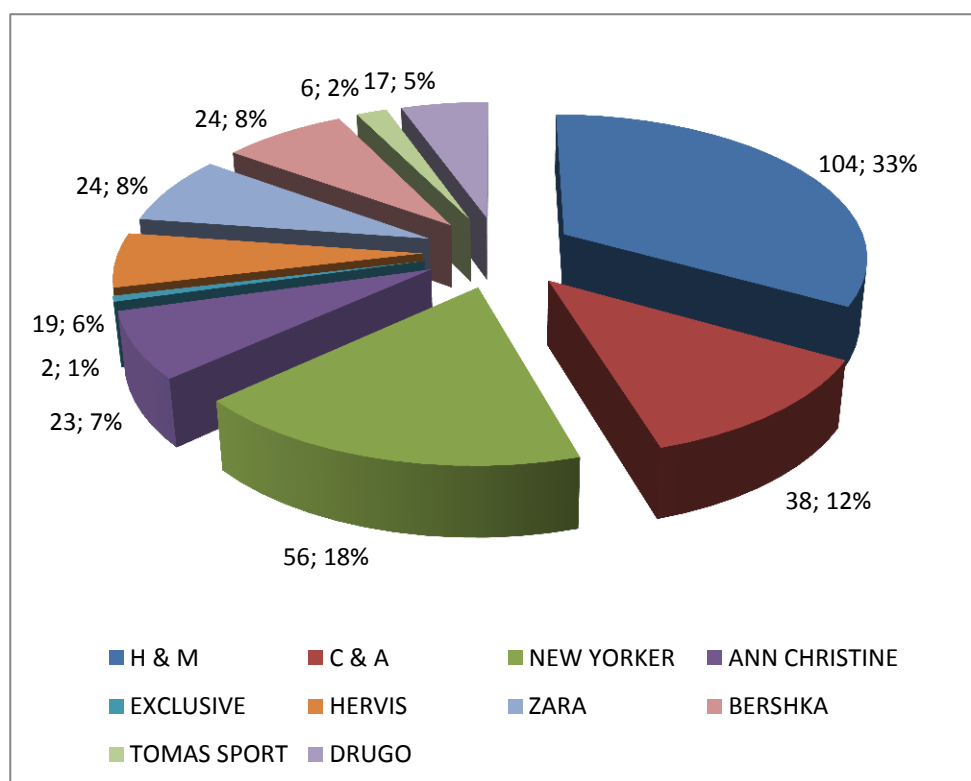
4.1.4 Ali s to osebo tudi najrajši nakupuješ oblačila?



Graf 6: Nakupovanje oblačil z osebo, ki ti najboljše svetuje

Ugotovili sva, da kar 82% učencev z osebo, ki jim najbolj svetuje pri nakupu oblačil tudi najrajši nakupujejo. Vseeno pa je zanimivo, da se je 31% učencev odločilo drugače. Mogoče učenci nižjih razredov vprašanja niso najbolj razumeli.

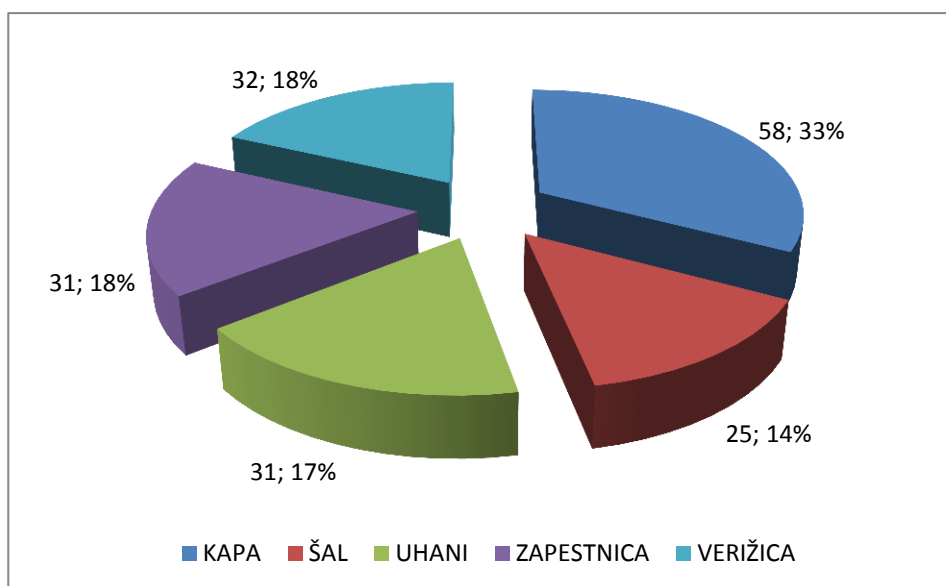
4.1.5 V katerih trgovinah najraje nakupuješ?



Graf 7: Trgovine v katerih učenci najraje nakupujejo

Pri vprašanju je lahko vsakdo navedel dva odgovora, vendar je kar nekaj učencev obkrožilo le eno trgovino. Največ učencev najraje kupuje v trgovini H&M. Sledijo učenci, ki najraje kupujejo v New Yorkerju, sledi trgovina C&A in nato trgovine Zara in Bershka. Najmanj pa učenci nakupujejo v trgovini Exclusive. Tudi športni trgovini Hervis in Tomas sport nista med najbolj priljubljenimi. Kot drugo pa so navedli trgovino Mana, Tally Weijl in Takko.

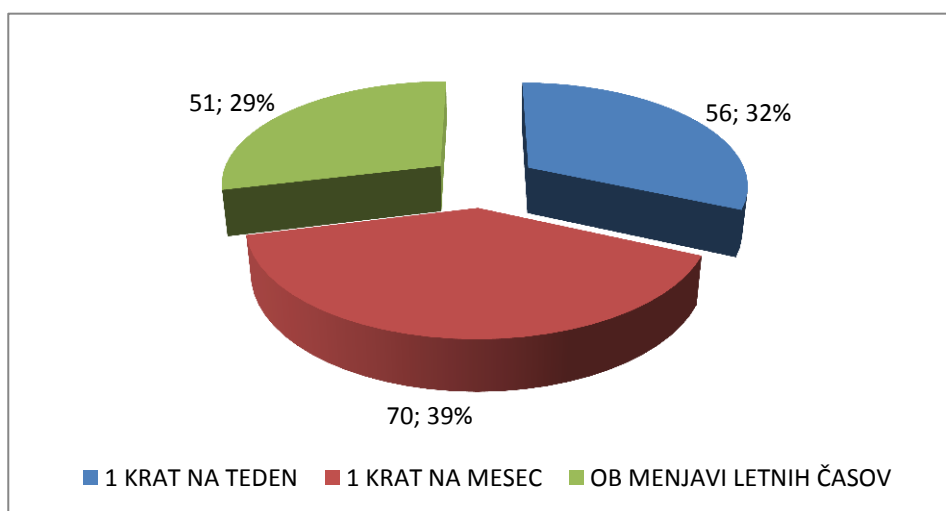
4.1.6 Kateri je tvoj najljubši modni dodatek?



Graf 8: Modni dodatki, ki so učencem najljubši

Najljubši modni dodatek učencev je kapa. Kar 58 (33%) učencev je odgovorilo tako. Sledijo vsi ostali modni dodatki s približno podobno priljubljenostjo. Najmanj priljubljen modni dodatek pa je šal.

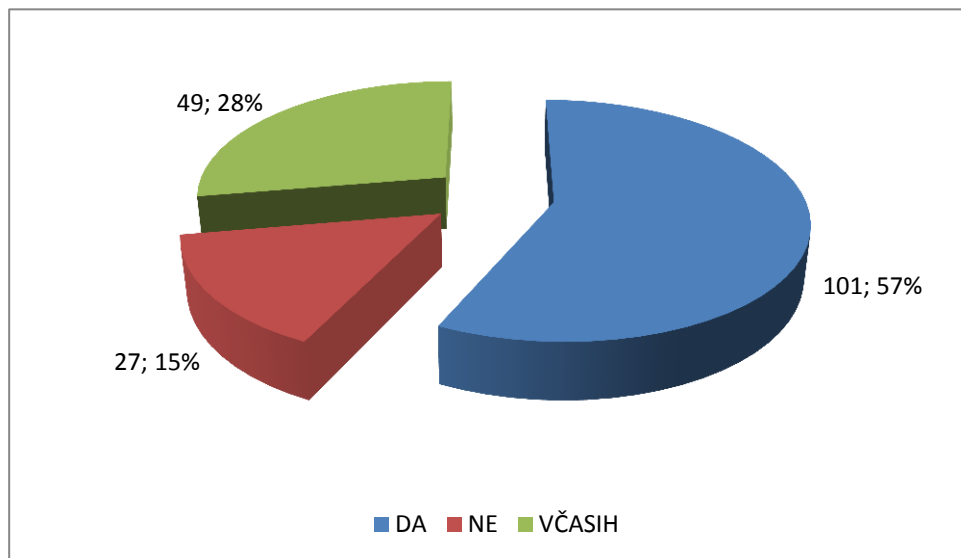
4.1.7 Kako pogosto kupuješ oblačila?



Graf 9: Pogostost kupovanja oblačil

Največ učencev kupuje nova oblačila enkrat na mesec. Teh je malo manj kot polovica. Sledijo učenci, ki si nov kos oblačila kupijo enkrat na teden. Najmanj, ampak še vseeno velik odstotek pa je tistih, ki kupujejo predvsem ob menjavi letnih časov.

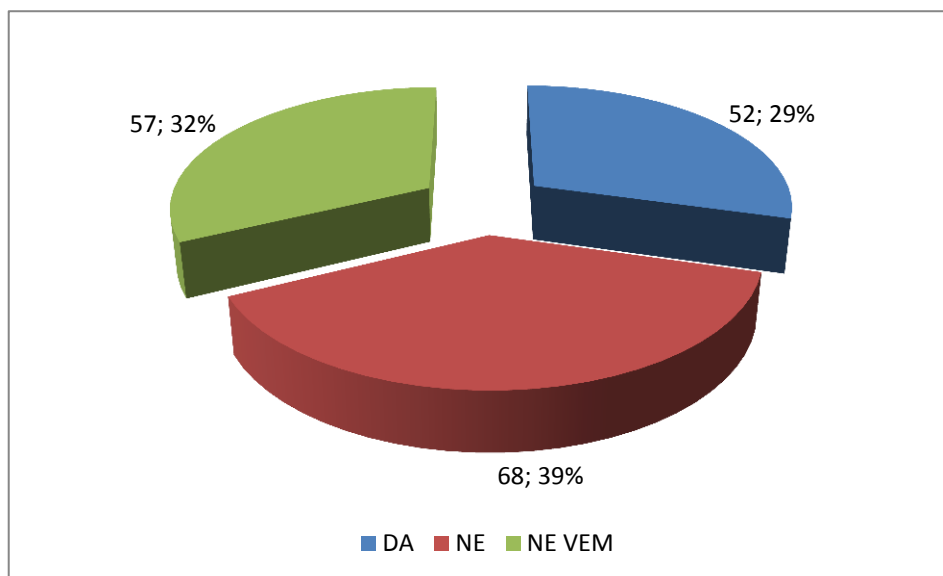
4.1.8 Meniš, da k celostni modni podobi sodijo tudi čevlji?



Graf 10: Vloga čevljev pri celostni modni podobi

Graf prikazuje, da več kot polovica (57%) učencev meni, da k celostni modni podobi sodijo tudi čevlji. Sledijo tisti učenci, ki menijo da včasih, najmanj pa je tistih, ki so odgovorili, da čevlji ne sodijo k celotnemu izgledu.

4.1.9 Ali vpliva način oblačenja na priljubljenost v tvoji družbi?

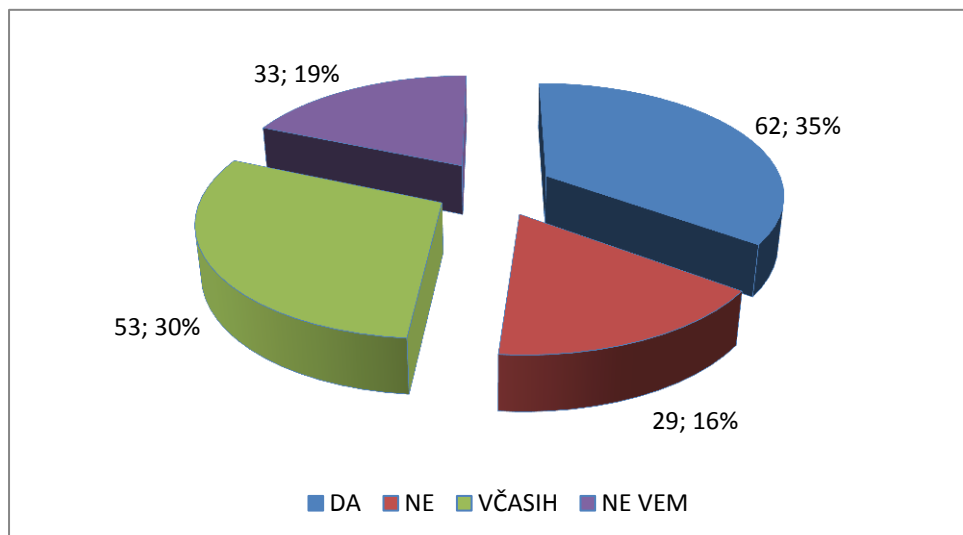


Graf 11: Priljubljenost v družbi glede na način oblačenja

Iz grafa je razvidno, da način oblačenja ne vpliva na priljubljenost v družbi. Tako je odgovorilo kar 68 učencev, kar je 39% vprašanih. Sledijo tisti, ki se ne morejo opredeliti in so odgovorili z ne vem. Najmanj pa je učencev, ki menijo, da način oblačenja vpliva na priljubljenost v družbi. Učenci so odgovor na vprašanje tudi pojasnili. Največkrat so zapisali tako:

- Ne vem, ker nisem obseden z oblačili.
- Če se lepo oblečem so bolj prijazni do mene.
- Vseeno mi je kaj imam oblečeno, vedno sem prijazna, to je pomembno.
- Nisem priljubljena in ne vem, če zaradi oblačil.
- Bolje si oblečen, več prijateljev imaš.
- Pomemben je karakter in ne zunanji izgled.
- Bolj kot si moderem večjo priljubljenost imaš.

4.1.10 Ali se oblačiš modno?



Graf 12: Mnenje učencev o tem ali se oblačijo modno

Da se oblačijo modno meni 62 učencev ali 35% vseh. Sledijo učenci, ki se včasih oblačijo modno. Teh je 53 ali 30% učencev. Nato sledijo učenci, ki se ne morejo odločiti in tega ne vedo. Najmanj pa je učencev, ki so se odločili za odgovor ne. Teh je 29 ali 16%. Napisali so tudi pojasnila. Najpogostejša so:

- Vedno se poskusim potruditi, da se oblečem modno.
- Za v šolo se ne oblečem moderno.
- Se ne želim izpostavljati z oblekami.
- Za posebne priložnosti se oblečem moderno.
- Poskušam slediti trendom.
- Ne uspe mi vedno. Včasih sem moderna.

5 DISKUSIJA

V raziskovalni nalogi sva na podlagi anketnega vprašalnika, ki sva ga izvedli med učenci od 5. do 9. razreda na osnovni šoli Hudinja, želeli izvedeti v katera oblačila se učenci najraje oblačijo, katera je njihova najljubša barva, ali njihov stil vpliva na priljubljenost v družbi, če se oblačijo modno in kdo jim pri izbiri oblačil najbolje svetuje. Izhajali sva iz naslednjih hipotez: (1) Predvidevava, da se velika večina učencev oblači v športna oblačila. (2) Predvidevava, da je učencem najljubša barva oblačil črna barva. (3) Predvidevava, da način oblačenja vpliva na priljubljenost v družbi. (4) Predvidevava, da učenci menijo, da se oblačijo modno. (5) Predvidevava, da učencem pri izbiri oblačil najbolje svetujejo starši.

Prva hipoteza, ki se je nanašala na stil oblačenja, je potrjena, saj je največ učencev navedlo, da je njihov stil oblačenja športni. Učenci se najraje oblačijo v udobne hlače in majico. Zanimivo nama je to, da sta se trgovini s športno opremo znašli čisto na koncu priljubljenih trgovin.

Druga hipoteza se je nanašala na najljubšo barvo oblačil. Predvidevali sva, da je to črna barva. Hipotezo lahko potrdiva, saj je tako odgovorilo največ učencev.

Način oblačenja vpliva na priljubljenost v družbi. Tako sva postavili tretjo hipotezo, ki pa jo lahko ovrževa, saj se je izkazalo, da učenci menijo ravno obratno. Odločili so se, da način oblačenja ne vpliva na priljubljenost v družbi. Učenci so podali kar nekaj tehtnih in zanimivih utemeljitev ali pojasnil.

Četrto hipotezo, ki pravi, učenci menijo, da se oblačijo modno lahko potrdiva. Tako je odgovorilo največ učencev. Veliko učencev pa je navedlo, da se včasih oblačijo modno. Tudi pri tem vprašanju so podali kar nekaj zanimivih utemeljitev ali pojasnil.

Zadnja peta hipoteza, ki se nanaša na svetovanje pri izbiri oblačil, je potrjena, saj sva predvidevali da učencem najbolje svetujejo starši. Učenci imajo pri izbiri oblačil ob sebi najraje starše.

6 ZAKLJUČEK

Moda vpliva na posameznika in njegovo željo po pripadnosti nekemu stilu. Je odraz naše družbe, kulture in začasno sprejetih načinov življenja. Oblačila zadovoljujejo številne človekove biološke potrebe, predvsem pa omogočajo komunikacijo z okolico. Z oblekami, ki jih nosimo, izražamo precejšen del svoje osebnosti. Oblačila predstavljajo različne statuse posameznika ter ustvarjajo družbene vrednote in pravila. Zadovoljujejo tudi naše estetske norme, oblikovalcem pa omogočajo izražanje lastne domišljije. Modno ozaveščeni postajamo precej hitro, v zadnjem času ob ogromni podpori elektronskih medijev zlahka pridemo do novosti v svetu mode, ter tako v hipu povzamemo kar nam je všeč in s tem potrdimo pripadnost neki modni kulturi. Poleg naštetega je med mlajšimi najbolj priljubljen športni stil oblačenja, prevladuje črna barva. Sama priljubljenost se tako ne potrjuje skozi način oblačenja, je samo del komunikacije z okolico-družbo, moralno etične vrednote in fizični izgled sta tu temeljna. Večina mladih je mnenja da so oblečeni modno, precej pomoči in nasvetov pa jim ponudijo tudi starši.

7 VIRI IN LITERATURA

1. BARNARD, Malcom (1996): Fashion as communication. London and New York: Routledge.
2. BRAUDEL, Fernard (1988): Strukture vsakdanjega življenja: mogoče in nemogoče 1 : Materialna civilizacija, ekonomija in kapitalizem XV. - XVIII. stoletje. Ljubljana: ŠKUC; Znanstveni inštitut Filozofske fakultete.
3. BARNARD, Malcolm(2004): Fashion as Communication. London : Routledge
4. du GAY, Paul (1997): Production of culture/ cultures of production. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications
5. DITZ, Marta (1998): Oblačilni videz skozi stoletja. Zavod Republike Slovenije za šolstvo, Ljubljana.
6. JUŽNIČ, Stane (1987): Antriopologija. Ljubljana, Državna založba Slovenije.
7. SAM, Anej (2000): Oblačenje. Ljubljana: Ekološko-kulturološko društvo Jasa.
8. SIMMEL , Georg (2000): Zbrani spisi o kulturi. Ljubljana, Studio humanitas.
9. ULE, Mirjana, RENER, Tanja, MENCINI ČEPLAK, Metka, TIVADAR, Blanka (2000): Socialna ranljivost mladih. Ljubljana, založba Aristej.
10. ULE, Mirjana, MENCINI ČEPLAK, Metka, TIVADAR, Blanka, KAMIN, Tanja (2000): Mladina 2000 - slovenska mladina na prehodu v tretje tisočletje. Maribor, založba Aristej.
11. ULE, Mirjana, RENER, Tanja, MIHELJAK, Vlado, MENCIN ČEPLAK, Metka, TIVADAR, Blanka, KUCHAR, Metka, KAMIN, Tanja, ŠTEBE, Janez (2002): Mladina 2000: slovenska mladina na prehodu v tretje tisočletje. Ministrstvo za šolstvo, znanost in šport-Urad Republike Slovenije za mladino in Založba Aristej, Ljubljana.
12. <http://www.idrijalace.org/izdelki/modni-dodatki>, Pridobljeno: 14.2.2013

13. <http://technorati.com/women/article/todays-fashion-for-women-who-exactly/>,

Pridobljeno: 14.2.2013

VIRI SLIK:

Slika1:

http://channel.nationalgeographic.com/exposure/content/photo/photo/49639_standard-fashion-book-summer- Pridobljeno: 15.2.2013

Slika2:

[http://www.deviantart.com/download/111602141/fashion sketch medley by bleedingmon114.jpg](http://www.deviantart.com/download/111602141/fashion_sketch_medley_by_bleedingmon114.jpg) Pridobljeno: 15.2.2013

Slika3:

<http://www.modnidodatki-sp.si/> Pridobljeno: 16.2.2013

ANKETNI VPRAŠALNIK

Sva Tina in Neža, učenki iz 7.razreda. Pripravljava raziskovalno nalogo z naslovom Moda med osnovnošolci. Prosimo, da izpolnete anketo. Podatki naj bodo resnični, saj je anonimnost zagotovljena. Že vnaprej hvala.

SPOL: M Ž

RAZRED: 5 6 7 8 9

1. Kakšen je tvoj stil oblačenja?

- a) Športno (udobne hlače ter majica)
- b) Elegantno (hlače ali krilo, srajca)
- c) Rokersko (jeans hlače, majica, jopa)

Drugo: _____

Na črto napiši kateri je tvoj najljubši kos oblačila: _____

2. Katera barva oblačil ti je najljubša (obkroži eno)?

- a) Črna
- b) Bela
- c) Modra
- d) Roza
- e) Rumena
- f) Zelena
- g) Siva
- h) Druga: _____

3. Kdo ti najbolje svetuje pri nakupu oblačil?

- a) Starši
- b) Prijatelji
- c) Prodajalci
- d) Drugi _____

4. Ali s to osebo tudi najrajši nakupuješ oblačila?

- a) Da
- b) Ne

5. V katerih trgovinah najraje nakupuješ (izberi 2)?

- a) H&M
- b) C&A
- c) New Yorker
- d) Ann Christine
- e) Exclusive
- f) Hervis
- g) Zara
- h) Bershka
- i) Tomas sport
- j) Drugo _____

6. Kateri je tvoj najljubši modni dodatek?
- a) Kapa
 - b) Šal
 - c) Uhani
 - d) Zapestnica
 - e) Veržica
7. Kako pogosto kupuješ oblačila?
- a) 1 krat na teden
 - b) 1 krat na mesec
 - c) ob menjavi letnih časov
8. Meniš, da k celostni modni podobi sodijo tudi čevlji?
- a) Da
 - b) Ne
 - c) Včasih
9. Ali vpliva način oblačenja na priljubljenost v tvoji družbi?
- a) Da
 - b) Ne
 - c) Ne vem

Pojasni: _____

10. Ali se oblačiš modno?
- a) Da
 - b) Ne
 - c) Včasih
 - d) Ne vem

Pojasni: _____