

Проблема отношения жителей г. Саратова к выбору одежды (одежда как фактор социальной стратификации)

Ольхова Ольга Евгеньевна

студентка

Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского, социологический факультет, Саратов, Россия

E-mail: ozolya13@yandex.ru

Перед каждым человеком рано или поздно встает проблема выбора одежды. Выбор может быть как осознанный, так и неосознанный и в зависимости от этого меняется результат предпочтения какого-либо вида одежды другому. Разные люди, разные и вкусы. Но, возможно, помимо личных предпочтений есть и другие факторы, определяющие и воздействующие на выбор того или иного цвета, модели одежды? Одежда показывает социальный статус человека, его материальный достаток, отражает его внутренний мир, являясь способом самовыражения. Очевидно, в связи с постановкой подобных задач и возникла необходимость изучения такого вопроса, как выбор одежды.

На сегодняшний день в России не проводилось исследований по проблеме выбора одежды как таковой, а существуют исследования, связанные с нашей темой лишь косвенным образом, так как являются коммерческими.

Таким образом, можно сделать вывод, что проблема выбора одежды недостаточно изучена в России. Возможно, за пределами нашей страны проводились подобные исследования, но на данный момент об этом ничего не известно.

Целью нашего исследования¹ является выявление мотивов выбора одежды. В ходе исследования выяснилось, что 42% респондентов тщательно относятся к выбору своего гардероба, для 40% это не имеет особого значения, а 10% опрошенных абсолютно равнодушны к своему внешнему виду, 2% продумывают свой гардероб, но не тщательно, у 1% респондентов покупка одежды вызывает материальные затруднения, не всегда получается следить за своим гардеробом у 1% опрошенных, 4% респондентов затруднились ответить.

В вопросе о влиянии моды на предпочтения респондентов в одежде мнения распределились следующим образом: на 45% опрошенных мода оказывает влияние частично, на 28% респондентов модные тенденции практически не оказывают влияния, 18% опрошенных не подвластны моде, 9% респондентов полностью подвержены модным направлениям в одежде. Такие результаты говорят о том, что мода не играет определяющей роли для жителей города Саратова при выборе одежды.

Что касается вопроса об источниках получения информации о последних тенденциях моды, то 45% опрошенных узнают о модных направлениях из СМИ, не интересуются новостями мира моды 31% респондентов, 15% опрошенных узнают о новинках от знакомых и друзей, 9% респондентов затруднились ответить.

Далее нас интересовало, как часто жители города Саратова обновляют свой гардероб. Анализируя ответы на вопрос о частоте покупки одежды респондентов мы получили следующие результаты: 31% опрошенных покупают одежду раз в полгода, 22% респондентов приобретают новинки ежемесячно, 8% опрошенных обновляют свой гардероб раз в год, 6% респондентов решаются на покупку по мере необходимости (когда одежда изнашивается), 5% опрошенных приобретают одежду по возможности (когда есть деньги), 4% респондентов - раз в два месяца, 4% опрошенных обновляют свой гардероб раз в три месяца, раз в две недели покупают одежду 3% респондентов, 2% опрошенных не делают этого вообще, 15% респондентов затруднились ответить.

При ответе на вопрос о критериях выбора одежды выяснилось, что 51% респондентов предпочитают то, что к лицу, что составляет 32,1% от полученных ответов; 35% опрошенных руководствуются практичностью, носкостью, что составляет

¹ Исследование проводилось методом раздаточного анкетирования на основе многоступенчатой квотной – стратифицированной вероятностной выборки.

22% от полученных ответов; для 29% респондентов самым важным является высокое качество одежды, что составляет 18,2% от полученных ответов; для 25% опрошенных главную роль играет цена, что составляет 15,7% от полученных ответов; 9% респондентов руководствуются престижностью марки, что составляет 5,7% от полученных ответов; 8% опрошенных прислушиваются к советам знакомых, родных, что составляет 5% от полученных ответов; 1% респондентов покупает только новинки сезона, что составляет 0,6% от полученных ответов; ничем не руководствуется при выборе одежды 1% опрошенных, что составляет 0,6% от полученных ответов.

Анализируя ответы на вопрос о выборе цвета одежды мы получили следующие результаты: 26% опрошенных предпочитают черный, что составляет 24,5% от полученных ответов; синий цвет нравится 19% респондентов, что составляет 17,9% от полученных ответов; зеленый цвет выбирают 11% опрошенных, что составляет 10,4% от полученных ответов; отдают предпочтение серому цвету 11% респондентов, что составляет 10,4% от полученных ответов; голубой цвет доминирует в гардеробе у 10% опрошенных, что составляет 9,4% от полученных ответов; коричневый цвет - у 9% респондентов, что составляет 8,5% от полученных ответов; 4% опрошенных предпочитают белый цвет, что составляет 3,8% от полученных ответов; красный цвет носят 2% респондентов, что составляет 1,9% от полученных ответов; 2% опрошенных нравится бежевый цвет, что составляет 1,9% от полученных ответов; розовому, желтому и вишневному отдают свои симпатии по 1% респондентов, что составляет 0,9% от полученных ответов на каждый цвет соответственно; 9% опрошенных затруднились ответить, что составляет 8,5% от полученных ответов.

В ходе исследования выяснилось, что возраст оказывает существенное влияние на отношение к выбору одежды: среди представителей молодого поколения (от 16 до 30 лет) нет таких, кому было бы все равно как они выглядят, в то время как среди респондентов старшей возрастной категории (от 50 и старше) безразличных к своему внешнему виду оказалось уже 8%. Вышеизложенные выводы подтверждает и следующая зависимость: род занятий влияет на отношение к выбору одежды: среди пенсионеров количество равнодушных к своему гардеробу оказалось значительно больше, чем в других возрастных категориях. Вполне предсказуемыми оказались данные о том, что среди работающих больше количество тех, кто тщательно следит за своим внешним видом, чем в других категориях, а неожиданным – то, что половина всех безработных и домохозяйек основательно продумывает свой гардероб.

Что касается влияния возраста респондента на руководство ценой при выборе одежды, то здесь наблюдалась следующая картина: менее всего важна цена одежды для среднего поколения (от 30 до 49 лет), а самое существенное влияние при выборе одежды цена оказывает на старшую возрастную группу (от 50 и старше). Возраст влияет на то, как часто совершаются покупки. Это подтверждается следующими данными: реже всего приобретают одежду респонденты старше 50 лет, а чаще других обновляют гардероб, что интересно, представители не молодого, а среднего поколения (от 30 до 49 лет), скорее всего это обусловлено большей материальной свободой, в то время как молодежь в наше время, (а тем более студенты), часто стеснены в средствах.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод: то, как человек выглядит, какой стиль или цветовую гамму в одежде он предпочитает, несомненно, является важным фактором при определении его как личности, как индивидуальности, но главным все же остается его внутренний мир, духовная сущность, ведь неизменно права народная мудрость, говорящая: «Встречают по одежке, провожают по уму».