

## **CENTRUM BADANIA OPINII SPOŁECZNEJ**

SEKRETARIAT  
OŚRODEK INFORMACJI

629 - 35 - 69, 628 - 37 - 04  
693 - 46 - 92, 625 - 76 - 23

UL. ŻURAWIA 4A, SKR. PT.24  
00 - 503 W A R S Z A W A  
TELEFAX 629 - 40 - 89

INTERNET

<http://www.cbos.pl>

E-mail: [sekretariat@cbos.pl](mailto:sekretariat@cbos.pl)

BS/125/2005

### **NASZE UBRANIA**

### **KOMUNIKAT Z BADAŃ**

WARSZAWA, LIPIEC 2005

PRZEDRUK MATERIAŁÓW CBOS W CAŁOŚCI LUB W CZĘŚCI ORAZ WYKORZYSTANIE DANYCH EMPIRYCZNYCH  
JEST DOZWOLONE WYŁĄCZNIE Z PODANIEM ŹRÓDŁA



## NASZE UBRANIA

---

- ❑ Polacy najczęściej kupują ubrania wygodne (84%), tanie (55%) i eleganckie (28%). Marzą jednak o tym, żeby były one przede wszystkim wysokiej jakości, dobre gatunkowo (54%), na co obecnie może sobie pozwolić jedna piąta (21%). Eleganckie ubrania chciałoby nosić prawie dwa razy więcej osób (47%), niż czyni to obecnie. Markowe stroje kupuje co dwunasty badany (8%), a marzy o nich prawie co trzeci (30%).
- ❑ W ciągu roku poprzedzającego sondaż Polacy wydawali na ubrania średnio miesięcznie 146 zł. Różnica między przeciętnymi wydatkami mężczyzn i kobiet była znikoma (niespełna 2 zł).
- ❑ Dla większości ankietowanych nie stanowi problemu znalezienie w ofercie handlowej ubrania, które odpowiadałoby im pod względem estetycznym i rozmiaru (odpowiednio: 61% i 67% twierdzi, że jest to łatwe). Prawie co czwarty badany (23%) ma trudności z dobraniem stroju w odpowiednim dla siebie rozmiarze, a nieco większa grupa (28%) - ze znalezieniem ubrań, które by im się podobały. Odsetek osób, którym odpowiadają ceny ubrań (45%), jest taki sam jak odsetek oceniających, że trudno jest im znaleźć ubrania „na ich kieszeń” (44%).
- ❑ Najczęściej wskazywane miejsca zakupów odzieży to sklepy, w których można nabyć ubrania różnych marek (13% ankietowanych zazwyczaj tam kupuje, a dalsze 30% - dość często) oraz bazy i sprzedawcy uliczni (odpowiednio: 12% i 27%). Ponad połowa badanych (51%) deklaruje, że nigdy nie robi zakupów w firmowych, markowych sklepach, prawie tyle samo (53%) nigdy nie kupuje w sklepach z używaną, taną odzieżą.
- ❑ Zarówno u kobiet, jak i u mężczyzn najbardziej ceniony jest elegancki, klasyczny sposób ubierania się. Spośród damskich strojów częściej niż inne krytykowane są takie, które zbyt eksponują ciało, odsłaniają zbyt wiele, natomiast najczęściej wymienianą wadą męskich ubrań jest niechlujny wygląd.
- ❑ Większości Polaków podobają się głębokie dekolty i krótkie spódniczki noszone przez kobiety. W kwestii ubrań odsłaniających brzuch zdania są podzielone. Natomiast ponad 80% badanych nie akceptuje noszenia kolczyków w nosie zarówno przez kobiety, jak i mężczyzn.
- ❑ Powszechne jest przekonanie, że sytuacje wymagające szczególnego, odświętnego stroju to przede wszystkim śluby i pogrzeby.

Lato bardziej niż zima sprzyja myśleniu o modzie - odwieszamy do szaf ciężkie, ciepłe płaszcze i sięgamy po ubrania lżejsze i bardziej kolorowe. Nie każdy jednak ma ochotę podporządkowywać się coraz szybciej zmieniającym się w modzie trendom. Aby sprawdzić, co na temat strojów myślą Polacy, postanowiliśmy zapytać<sup>1</sup>, jakie ubrania zazwyczaj kupują, a jakie najbardziej chcieliby nosić. Zapytaliśmy również, ile różnych ubrań Polacy kupili w ciągu ostatniego roku i jakie kwoty na nie przeznaczyli, a także - gdzie najchętniej dokonują zakupów.

Strój może być (w sposób mniej lub bardziej świadomy i celowy) wyrazem naszych poglądów, a jednocześnie komunikować otoczeniu, jaką zajmujemy pozycję społeczną. W historii ludzkości podstawowa funkcja ubrania - ochrona przed zimnem czy innymi warunkami zewnętrznymi, np. przed owadami - mogła nigdy nie być jedyną, natomiast kanony określające, co jest stosowne, ewoluowały w ciągu wieków i były różne dla różnych kultur<sup>2</sup>. Możemy się łudzić, że daleko odeszliśmy od naszych „dzikich” przodków i nie nadajemy naszym strojom magicznych znaczeń, ale przecież nadal uważamy, że niektóre okazje w życiu wymagają szczególnego stroju, określonego społecznymi normami, a sposoby ubierania się bliźnich potrafią wciąż budzić wiele kontrowersji<sup>3</sup>. Część pytań poświęciliśmy zatem temu, co obecnie Polacy aprobują, a co im się nie podoba w sposobach ubierania się innych, oraz sytuacjom wymagającym stroju innego niż codzienny.

### **JAKIE UBRANIA POLACY KUPUJĄ, O JAKICH MARZĄ**

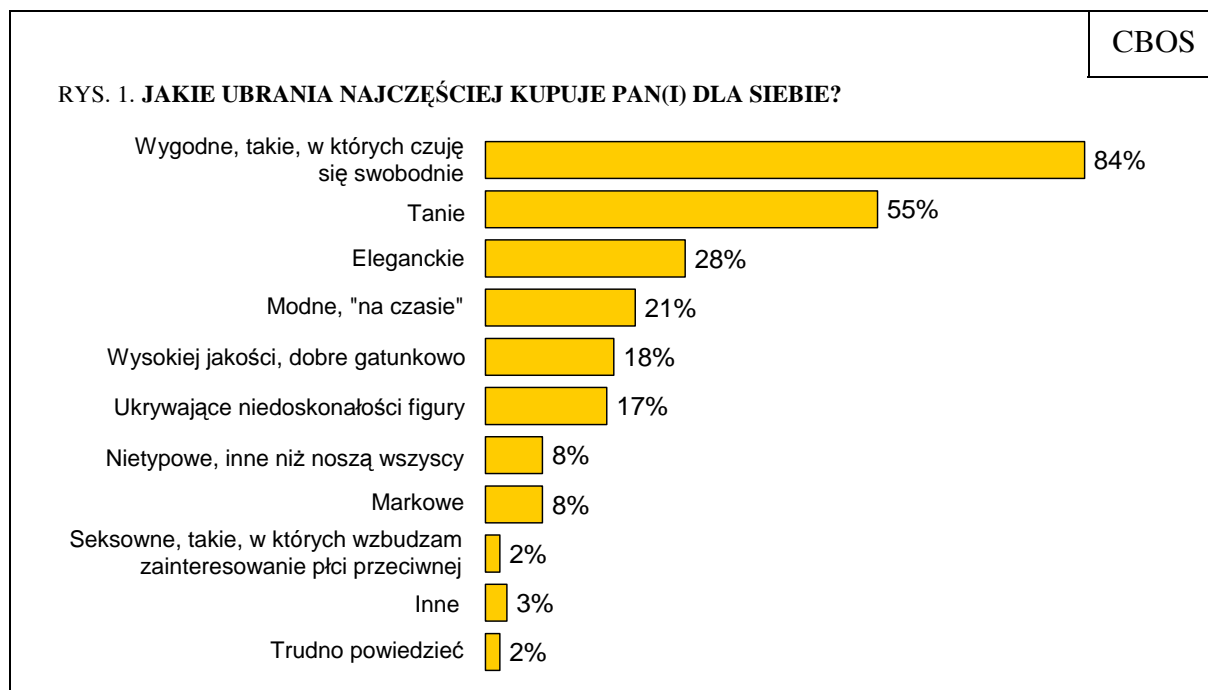
Pytając ankietowanych, jakie ubrania najczęściej kupują dla siebie, prosiliśmy ich o wybranie z podanej listy trzech cech najlepiej je charakteryzujących. Zdecydowana większość (84%) wskazała na wygodę jako podstawowe kryterium, którym kieruje się przy zakupie ubrań. Drugim pod względem częstości wskazań (55%) czynnikiem okazała się niska cena.

---

<sup>1</sup> Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (181) zrealizowano w dniach 3-6 czerwca 2005 roku na liczącej 1037 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

<sup>2</sup> Patrz np.: M. Touissant-Samat, *Historia stroju*, Warszawa 2002; N. Elias, *Przemiany obyczajów w cywilizacji Zachodu*, Warszawa 1980.

<sup>3</sup> Przykłady można znaleźć choćby na forum internetowym „Gazety Wyborczej” poświęconym modzie: [forum.gazeta.pl](http://forum.gazeta.pl)



Procenty nie sumują się do 100, ponieważ badani mogli wybrać z podanej listy trzy odpowiedzi

Pozostałe cechy były wskazywane przez zdecydowanie mniejsze liczebnie grupy. Ponad jedna czwarta badanych (28%) uważa, że ważne jest, aby ubranie było eleganckie, jedna piąta (21%) deklaruje, że kupuje stroje modne i „na czasie”, nieco mniej niż co piąty (18%) kieruje się przy zakupie wysoką jakością odzieży i prawie tyle samo (17%) zwraca uwagę na to, żeby ubranie maskowało niedoskonałości figury.

Nietypowość stroju, a także jego markę uznał za ważne co dwunasty respondent (po 8% wskazań), to zaś, by ubranie było seksowne, wzbudzało zainteresowanie płci przeciwnej - zaledwie co pięćdziesiąty (2%).

Rzeczywistość często rozmija się z marzeniami, dlatego badanym zadaliśmy również pytanie dotyczące strojów, jakie chcieliby nosić, o jakich marzą. Okazało się, że ponad połowa Polaków (54%) kupowałaby, gdyby miała możliwość, ubrania dobre gatunkowo - obecnie czyni tak zaledwie co piąty. W tym aspekcie mniej istotne jest kryterium wygody, choć zajmuje drugie co do ważności miejsce - wskazała je niemal połowa badanych (48%), prawie tyle samo co kryterium elegancji (47%).

RYS. 2. JAKIE UBRANIA CHCIAŁ(A)BY PAN(I) NOSIĆ, O JAKICH PAN(I) MARZY?



Procenty nie sumują się do 100, ponieważ badani mogli wybrać z podanej listy trzy odpowiedzi

Polacy chcieliby nosić, zdecydowanie częściej niż czynią to rzeczywiście, ubrania modne i markowe - o takich właśnie marzy prawie jedna trzecia (odpowiednio: 32% i 30%). Marzenia pozwalają zapomnieć o niedostatkach portfela czy własnej figury, dlatego aspekt ekonomiczny i „korekcyjny” badani wskazywali rzadziej (odpowiednio: 12% i 8%) niż wtedy, gdy odpowiadali na pytanie, jakie ubrania rzeczywiście kupują. Odsetek wskazań na nietypowość i seksowność ubrań właściwie się nie zmienił - może to oznaczać, że ci, którzy chcieliby nosić takie ubrania, na ogół realizują swoje marzenia. Nieliczni badani (6%) nie potrafili określić, jakie stroje im odpowiadają.

Wybór określonych cech ubrań różnicuje przynależność do poszczególnych grup społecznych. Najistotniejsze kryterium, czyli wygoda, jest uniwersalne i ważne w podobnym stopniu dla wszystkich, ale już np. niską cenę zdecydowanie częściej niż przeciętnie wskazują, co oczywiste, osoby mniej zamożne, źle oceniające własne warunki materialne, gorzej wykształcone. Istotna, choć w mniejszym stopniu, jest również wielkość miejscowości, w której mieszkają badani - im ona mniejsza, tym ważniejsza jest niska cena ubrania. Na postrzeganie ceny jako ważnego kryterium wpływ ma także wiek ankietowanych. Okazuje się, że najmłodszy są najmniej oszczędni - zaledwie co trzeci wymienia niską cenę jako istotną cechę kupowanego ubrania (zob. tabele aneksowe).

Z kolei jakość kupowanej odzieży częściej niż przeciętnie wskazują badani dobrze zarabiający, lepiej wykształceni, mieszkający w dużych miastach. Mężczyźni nieco częściej

niż kobiety kierują się jakością kupowanych ubrań, a wyraźnie częściej - marką (11% mężczyzn wobec 4% kobiet). Natomiast kobiety nieco częściej wybierają stroje nietypowe, inne niż noszą wszyscy (deklaracje takie składa co dziesiąta z nich), ponadto aż jedna czwarta kobiet preferuje ubrania umożliwiające maskowanie defektów figury. To, żeby ubranie było markowe, istotne jest w większym stopniu dla najmłodszych badanych, z których co czwarty wymienia tę cechę jako ważną, natomiast z wiekiem znaczenie marki ubrania maleje. Im starsi są respondenci, tym mniej ważne dla nich jest również to, by ubranie było modne. To kryterium w większym stopniu biorą pod uwagę osoby dobrze oceniające własne warunki materialne. Co ciekawe, mało znacząca w tym przypadku jest wielkość miejsca zamieszkania - jedynie osoby z największych miast nieco rzadziej niż pozostałe deklarują, że istotne jest dla nich, by strój był „na czasie” (por. tabele aneksowe).

Spośród analizowanych grup wyróżniają się szczególnie uczniowie i studenci. W naszym badaniu jest to grupa stosunkowo mała liczebnie, jednakże poczynione obserwacje są na tyle ciekawe, że warto je przynajmniej zasygnalizować.

Tabela 1

Jakie ubrania najczęściej kupuje Pan(i) dla siebie?	Odpowiedzi uczniów i studentów (N=59)	Ogółem
	w procentach	
Wygodne, takie, w których czuję się swobodnie	81	84
Modne, „na czasie”	47	21
Wysokiej jakości, dobre gatunkowo	38	18
Markowe	26	8
Eleganckie	26	28
Tanie	21	55
Nietypowe, inne niż noszą wszyscy	17	8
Ukrywające niedoskonałości figury	14	17
Seksowne, takie, w których wzbudzam zainteresowanie płci przeciwnej	10	2
Inne	0	3
Trudno powiedzieć	0	2

Procenty nie sumują się do 100, ponieważ badani mogli wybrać z podanej listy trzy odpowiedzi

Podobnie jak dla ogółu badanych, najważniejszą dla uczniów i studentów cechą ubrania jest jego wygoda. Jednakże drugie co do ważności kryterium, jakim kieruje się ogół, czyli niska cena ubrania, w deklaracjach osób uczących się znalazło się dopiero na szóstym miejscu (21% wskazań). Okazało się, że zdecydowanie istotniejsze dla nich jest, żeby ubranie było modne, wysokiej jakości i markowe. Jak widać, stereotyp biednego studenta w wyciągniętym, szarym swetrze należy odłożyć do lamusa.

To, jakie ubrania Polacy najczęściej kupują, różnicuje ich w znacznie większym stopniu niż to, o jakich marzą. Największe różnice dotyczą jakości stroju oraz jego marki. Ludzie młodzi, lepiej wykształceni oraz mieszkańcy największych miast częściej niż inni deklarują, że chcieliby nosić ubrania markowe i modne, choć nie należy zapominać, że i wśród osób starszych, słabiej wykształconych, mieszkających na wsi i w małych miastach więcej niż obecnie chciałoby mieć ubrania zarówno wysokiego gatunku, jak i znanych marek. Kobiety nieco częściej niż mężczyźni deklarują, że chciałyby nosić ubrania eleganckie i modne, dla panów zaś nieco ważniejsza jest wygoda i dobra marka.

### ILE UBRAŃ KUPUJĄ POLACY I ILE NA NIE WYDAJĄ

Chcieliśmy sprawdzić, ile ubrań kupuje Polak w ciągu roku, zapytaliśmy więc o zakupy podstawowych elementów stroju.

Tabela 2

Proszę powiedzieć, ile w ciągu minionych 12 miesięcy kupił(a) Pan(i) dla siebie:	0	1	2	3	4	5 sztuk i więcej	Liczba sztuk średnio
	w procentach						
- koszul lub bluzek (wliczając w to koszulki typu T-shirt używane jako ubranie, a nie bielizna)	25	10	17	13	11	25	3,22
- spodni (mężczyźni) bądź spodni, spódnic, sukienek (kobiety)	28	21	24	14	6	8	1,92
- par butów (wszelkie rodzaje obuwia)	19	26	26	17	6	6	1,89
- swetrów	48	22	16	7	3	4	1,17
- płaszczy, kurtek, innych okryć wierzchnich	46	37	13	3	1	mniej niż 0,5	0,77
- garniturów i marynarek (mężczyźni) bądź kostiumów, garsonek, żakietów (kobiety)	63	25	8	3	mniej niż 0,5	1	0,56

Pominięto „trudno powiedzieć” (nie więcej niż 2% wskazań w przypadku każdego z punktów)

Przy obliczaniu średnich uwzględniono wartości „0”, a więc także osoby, które w ogóle nie dokonywały zakupów

W ciągu minionych dwunastu miesięcy badani kupili średnio po trzy koszule lub bluzki, przy czym jedna czwarta (25%) kupiła ich co najmniej pięć i tyle samo osób (25%) nie nabyło ani jednej. Nieco mniej kupowano spodni, spódnic lub sukienek - średnio po dwie sztuki, 28% ankietowanych zdecydowało się na zakup co najmniej trzech par spodni czy też trzech spódnic. Podobnie kształtują się rozkłady odpowiedzi dotyczących zakupów obuwia, choć warto zauważyć, że buty są tym elementem ubrania, który kupowało najczęściej osób -

cztery piąte badanych (81%) nabyło choć jedną parę. W ciągu ostatniego roku Polacy kupili również średnio po jednym swetrze, płaszczu lub kurtce, choć prawie połowa nie kupiła ani jednego. Tylko co siódmy zdecydował się na zakup co najmniej trzech swetrów, a jedynie co dwudziesty piąty - trzech i więcej płaszczy lub kurtek. Najbardziej kupowanym elementem garderoby były garnitury i marynarki (dla mężczyzn) oraz kostiumy, garsonki i żakiety (dla kobiet) - jedna czwarta badanych (25%) zadeklarowała kupno jednej sztuki takiej odzieży, a co ósmy (12%) przynajmniej dwóch. Prawie dwie trzecie ankietowanych (63%) w ogóle nie dokonało takiego zakupu.

Tabela 3

	Ile w ciągu minionych 12 miesięcy kupił(a) Pan(i) dla siebie:					
	koszul, bluzek	spodni, spódnic	par butów	swetrów	płaszcz, kurtek	garniturów, garsonek
<b>Ogółem</b>	<b>3,2</b>	<b>1,9</b>	<b>1,9</b>	<b>1,2</b>	<b>0,8</b>	<b>0,6</b>
<b>średnio (liczba sztuk)</b>						
<b>Wiek</b>						
18-24 lat	5,5	3,3	2,7	2,2	1,2	0,6
25-34	4,7	2,7	2,4	1,6	1,1	0,6
35-44	3,4	2,2	2,0	1,2	0,8	0,7
45-54	2,5	1,5	1,8	0,9	0,7	0,6
55-64	2,3	1,2	1,6	0,7	0,6	0,6
65 lat i więcej	1,3	0,7	0,9	0,5	0,3	0,4
<b>Wykształcenie</b>						
Podstawowe	1,6	1,1	1,3	0,6	0,5	0,3
Zasadnicze zawodowe	2,9	1,7	1,8	1,1	0,7	0,5
Średnie	4,3	2,3	2,2	1,5	0,9	0,7
Wyższe	5,2	3,3	2,6	1,8	1,1	1,1
<b>Dochody na jedną osobę</b>						
Do 300 zł	1,8	1,3	1,3	0,7	0,5	0,2
301-500	3,2	1,9	2,0	1,2	0,9	0,6
501-900	3,1	1,7	1,8	1,0	0,7	0,6
901-1200	3,0	2,0	2,1	1,2	0,9	0,6
powyżej 1200 zł	5,3	3,5	2,9	1,9	1,0	1,3
<b>Ocena własnych warunków materialnych</b>						
Złe	2,2	1,3	1,3	0,8	0,5	0,3
Średnie	3,2	1,9	1,9	1,2	0,8	0,6
Dobre	4,7	2,9	2,5	1,7	1,1	0,9
<b>Miejsce zamieszkania</b>						
Wieś	2,7	1,6	1,7	1,1	0,6	0,5
Miasto do 20 tys.	2,8	1,9	1,9	1,2	0,8	0,6
20-100 tys.	3,6	2,0	1,9	1,1	0,8	0,6
101-500 tys.	3,8	2,1	2,0	1,4	0,9	0,5
501 tys. i więcej	4,0	2,6	2,2	1,4	0,8	0,8
<b>Płeć</b>						
Mężczyźni	3,2	1,9	1,8	1,1	0,9	0,4
Kobiety	3,3	1,9	2,0	1,3	0,7	0,7

Średnie zostały obliczone z uwzględnieniem osób, które w ogóle nie dokonywały zakupów

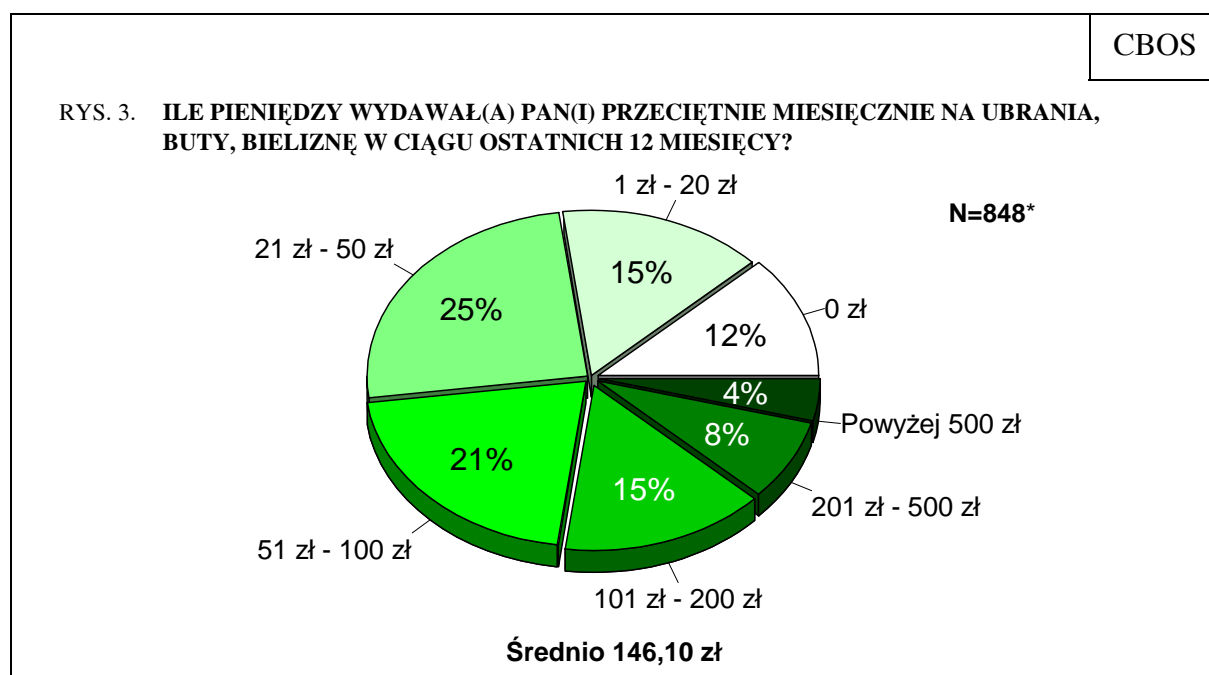


Czynnikiem najbardziej różnicującym ilość kupowanych ubrań jest wiek. Najmłodszy badani kupują najwięcej, a im starsi, tym niższa przeciętnie liczba zakupionych sztuk odzieży. Jedynym wyjątkiem od tej reguły jest liczba kupionych w ostatnim roku garniturów lub garsonek.

Liczba kupowanych ubrań rośnie wraz z poziomem wykształcenia badanych oraz wielkością miejsca ich zamieszkania. Ponadto więcej ubrań niż inni kupują osoby osiągające wysokie dochody i uważające własne warunki materialne za dobre.

Wbrew rozpowszechnionemu stereotypowi o zawartości kobiecych szaf, różnice co do średniej liczby ubrań zakupionych przez kobiety i mężczyzn, są minimalne. W ciągu dwunastu miesięcy poprzedzających sondaż kupowali oni przeciętnie tyle samo koszul czy bluzek, spódnic czy spodni, a nawet butów!

Badanych zapytaliśmy również, ile pieniędzy w ciągu ostatniego roku wydawali przeciętnie miesięcznie na ubrania, buty, bieliznę. Okazuje się, że 12% ankietowanych nie poniosło żadnych kosztów, ponieważ nie kupowało ubrań. Większość (61%) wydawała w tym czasie na ubrania, buty i bieliznę do 100 zł miesięcznie, w tym 15% badanych - nie więcej niż 20 zł, a jedna czwarta - od 21 zł do 50 zł. Wydatki kolejnych 15% ankietowanych wynosiły od 101 zł do 200 zł. Niewielu respondentów (8%) przeznaczyło na ten cel od 201 zł do 500 zł, a nieliczni (4%) wydali ponad 500 zł.



\* Przy obliczeniach pominięto odpowiedzi „trudno powiedzieć”

Polacy przeznaczali na ubrania średnio miesięcznie prawie 150 zł (gdyby uwzględnić wyłącznie te osoby, które poniosły jakiegokolwiek wydatki, średnia kwota wyniosłaby miesięcznie 166 zł).

Podobnie jak w przypadku ilości kupowanych ubrań również w kwestii przeznaczanych na nie pieniędzy odpowiedzi mężczyzn i kobiet różnią się nieznacznie: panowie wydawali na ubrania średnio 145 zł, panie zaś - 147 zł (przy czym więcej kobiet niż mężczyzn w ogóle nie kupowało ubrań). Największe znaczenie ma tu poziom wykształcenia i ocena własnych warunków materialnych: osoby najlepiej wykształcone i dobrze oceniające swoją sytuację materialną wydają na ubrania zdecydowanie więcej niż przeciętnie, średnia w tych grupach wynosi odpowiednio 281 zł (a więc prawie dwa razy więcej niż wśród ogółu badanych) i 235 zł. Najmniej wydają osoby słabo wykształcone i źle oceniające własne warunki materialne, wśród nich również najwyższy jest odsetek tych, które przeznaczają na ubrania mniej niż 20 zł miesięcznie albo w ogóle ich nie kupują (por. tabele aneksowe).

Mniejsze znaczenie niż w przypadku ilości kupowanych ubrań ma natomiast wiek badanych. Najmłodszy (mający od 18 do 24 lat) przeznaczają na odzież i buty kwoty wyższe niż przeciętnie, jednak nie są grupą, która wydaje najwięcej. Zdecydowanie wyższe sumy wydają bowiem osoby w wieku od 25 do 34 lat. Oznacza to, że najmłodszy kupują co prawda najwięcej ubrań, ale nie są to ubrania najdroższe (zob. tabele aneksowe).

Co piąty respondent (19%) twierdzi, że w ciągu minionych dwunastu miesięcy nie kupił ani jednej pary butów. Nowe koszule lub bluzki, spodnie bądź spódnice nie znalazły się w szafach co czwartej osoby (odpowiednio: 25% i 28%). Prawie połowa badanych nie dokonała w ciągu ostatniego roku zakupu swetra (48%), płaszcza lub kurtki (46%), a niemal dwie trzecie (63%) nie nabyło żadnego garnituru, kostiumu, garsonki, żakietu czy marynarki (por. tabelę 2). Zapytaliśmy więc, jakie były powody rezygnacji z tych zakupów.

We wszystkich przypadkach najczęściej wskazywanym powodem był brak potrzeby zakupu określonego elementu stroju. Ponad połowa badanych, którzy deklarowali, że w ciągu ostatnich dwunastu miesięcy nie kupowali butów, koszul lub bluzek, spodni czy spódnic, swetrów, płaszczy, garniturów oraz garsonek, twierdziła, że wystarczą im te ubrania, które mają. Drugim istotnym powodem rezygnacji z zakupu ubrań był brak pieniędzy. Niekupowanie w ciągu ostatniego roku butów, koszul lub bluzek oraz spódnic i spodni (czyli elementów odzieży na ogół częściej noszonych, a zatem szybciej się zużywających i bardziej

potrzebnych niż pozostałe uwzględnione w badaniu) deklaruje ponad jedna trzecia badanych, a w przypadku bardziej trwałych i mniej uniwersalnych swetrów, płaszczy i kurtek oraz garniturów lub garsonek nieco mniejsza grupa (od 28% do 30%). Pozostałe powody, czyli to, że odzież kupuje ktoś inny, lub to, że w ofercie rynkowej nie znalazły się takie ubrania, które podobałyby się kupującemu, wskazywali nieliczni.

Tabela 4

Dlaczego nie kupował(a) Pan(i):	Nie potrzebuję: te, które mam, mi wystarczą			Brak pieniędzy, nie stać mnie na nie			Ktoś inny z mojego gospodarstwa domowego kupuje mi ubrania			Nie znalazłem(a)m takich, które by mi się podobały			Inne powody		
	Ogółem	Mężczyźni	Kobiety	Ogółem	Mężczyźni	Kobiety	Ogółem	Mężczyźni	Kobiety	Ogółem	Mężczyźni	Kobiety	Ogółem	Mężczyźni	Kobiety
	w procentach														
- koszul, bluzek (N=254)	56	63	50	35	24	44	5	7	3	0	1	0	4	4	4
- spodni, spódnic (N=280)	55	64	50	36	28	40	3	4	3	2	1	3	4	3	5
- butów (N=191)	55	61	51	37	30	43	4	5	3	1	0	2	2	4	1
- swetrów (N=483)	61	68	56	28	18	36	3	4	2	2	2	2	6	9	4
- płaszczy, kurtek (N=470)	66	75	60	30	22	36	1	2	1	1	0	1	1	1	2
- garniturów, garsonek (N=644)	62	75	47	30	17	44	1	2	1	2	1	2	5	5	5

W tabeli uwzględniono odpowiedzi tylko tych osób, które nie kupowały danych produktów, pominięto odpowiedzi „trudno powiedzieć”

Odpowiedzi na to pytanie w dużym stopniu różnicuje płeć badanych. Mężczyźni zdecydowanie częściej niż kobiety wyjaśniali, że nie kupili jakiegoś ubrania, bo go nie potrzebują (w przypadku płaszczy i garniturów twierdziło tak trzy czwarte). Kobiety zaś częściej nie dokonywały tego rodzaju zakupów z powodu braku pieniędzy (około dwóch piątych takich deklaracji). Ponadto mężczyźni nieco częściej niż kobiety odpowiadali, że ubrania kupuje im ktoś z ich gospodarstwa domowego - odnosi się to do wszystkich elementów garderoby.

Jeszcze większy wpływ na uzyskane odpowiedzi miała ocena własnych warunków materialnych. Badani określający swoją sytuację materialną jako dobrą w ogromnej większości twierdzą, że nie kupowali ubrań, ponieważ ich nie potrzebują (ponad 80% wskazań, a w przypadku butów oraz płaszczy lub kurtek nawet 90%). Ci, którzy oceniają swoje warunki materialne jako złe, częściej wskazywali na brak pieniędzy jako powód, dla którego w ostatnim roku nie kupowali ubrań. Tylko w przypadku swetrów i płaszczy lub kurtek powód ten ustępował brakowi potrzeb, w przypadku pozostałych części garderoby istotniejsza okazała się jednak źle oceniana własna sytuacja materialna - brak pieniędzy wskazywała ponad połowa badanych z tej grupy.

### **CZY ŁATWO JEST KUPIĆ ODPOWIEDNIE UBRANIE**

Badani bardzo rzadko twierdzą, że nie kupowali ubrań, ponieważ nie znaleźli takich, które by im się podobały. Zapytaliśmy jednak, czy znalezienie odpowiedniego stroju przychodzi im z łatwością czy też raczej sprawia problemy.

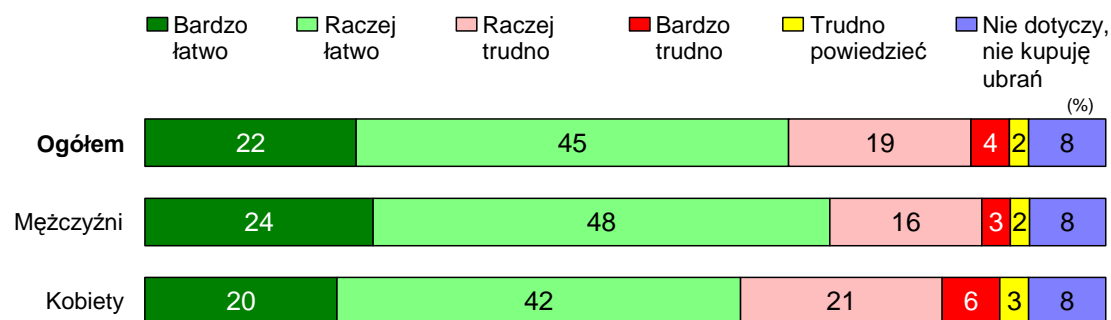
Okazało się, że oferta handlowa najlepiej zaspokaja potrzeby Polaków, jeśli chodzi o rozmiar ubrań. Dwie trzecie badanych (67%) deklaruje, że łatwo (przy czym 22% ocenia, że bardzo łatwo) znajduje ubrania odpowiednie pod względem rozmiaru. Jednak prawie jedna czwarta uważa, że dobranie stroju pasującego do sylwetki jest trudne.

Nieco trudniej jest trafić w gust estetyczny Polaków, choć ponad trzy piąte (61%) twierdzi, że bez większego trudu znajduje ubrania, które im się podobają. Problemy ze znalezieniem ubrania odpowiedniego pod względem fasonu czy koloru deklaruje 28% ankietowanych.

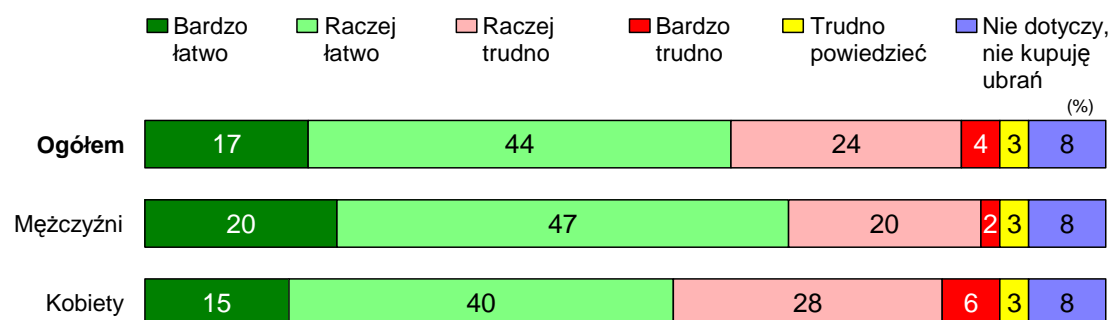
Tym, co najczęściej przeszkadza badanym przy zakupie ubrań, jest cena: 44% uważa, że trudno znaleźć ubrania odpowiednie pod tym względem, jednak tyle samo (45%) twierdzi, że obecna oferta handlowa pozwala na zakup strojów po przystępnej cenie.

Kobiety są nieco bardziej wybredne niż mężczyźni - częściej deklarują, że oferta handlowa nie ułatwia im znalezienia odpowiednich strojów. Odsetek kobiet niezadowolonych z proponowanych cen przekracza połowę (51%).

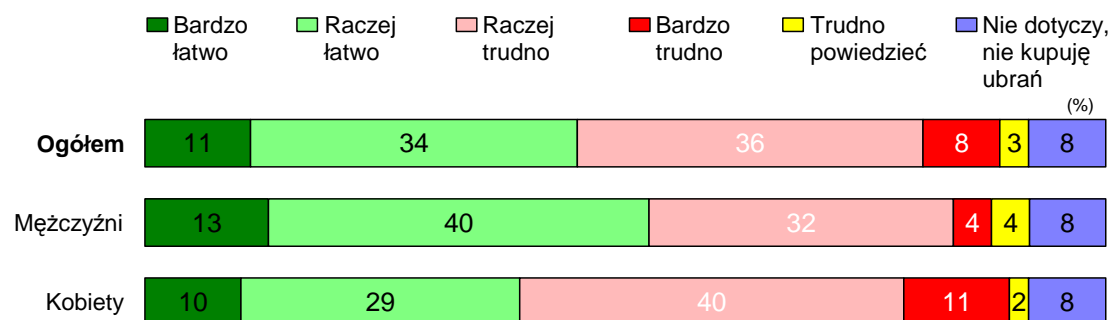
**RYS. 4. CZY ZAZWYCZAJ JEST PANU(I) ŁATWO CZY TEŻ TRUDNO ZNALEŹĆ W OFERCIE HANDLOWEJ UBRANIA, KTÓRE ODPOWIADAJĄ PANU(I) POD WZGLĘDEM: ROZMIARU, TZN. MAJĄ TAKI ROZMIAR, JAKI PAN(I) NOSI, PASUJĄ DO PANA(I) SYLWETKI**



**ESTETYCZNYM, TZN. MAJĄ ODPOWIEDNI FASON, KOLOR, PO PROSTU PODOBAJĄ SIĘ PANU(I)**

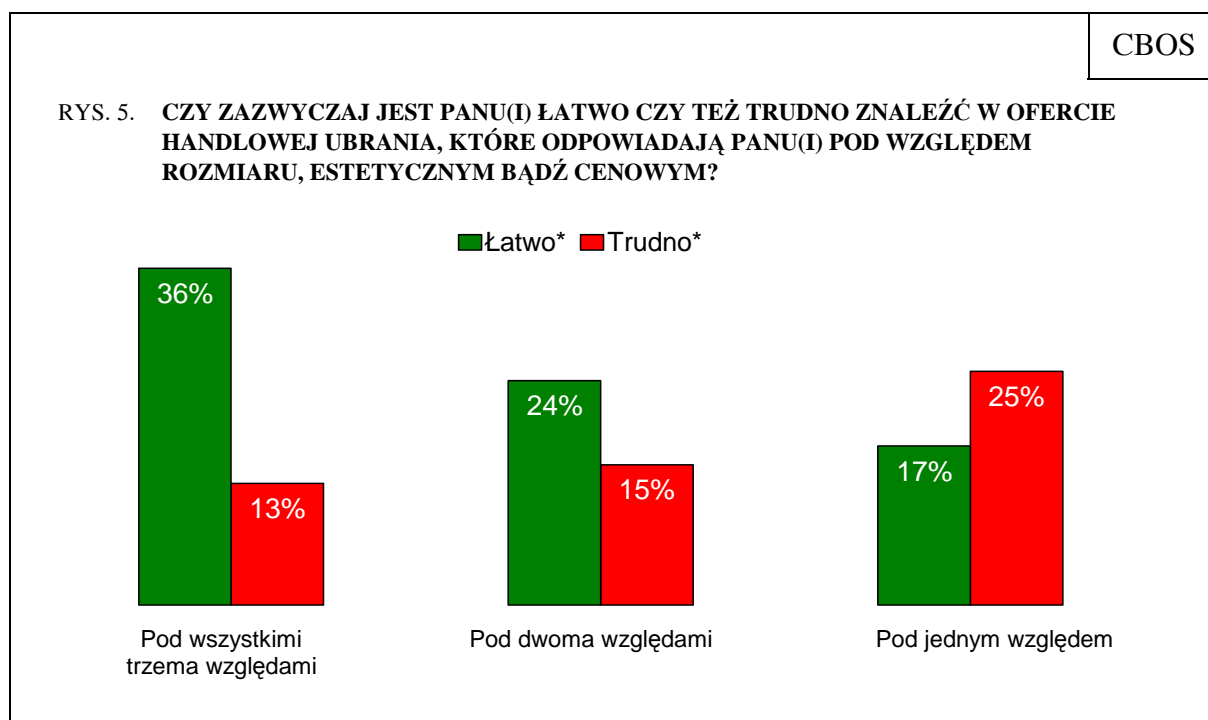


**CENOWYM, TZN. ICH CENA JEST DLA PANA(I) ODPOWIEDNIA**



Na możliwość zaspokojenia potrzeb ubraniowych na ogół wpływa także zasobność portfela: osoby mające wysokie dochody i dobrze oceniające własne warunki materialne częściej niż przeciętnie przyznawały, że znalezienie stosownych ubrań przychodzi im z łatwością (zob. tabele aneksowe).

Ponad jedna trzecia badanych (36%) uważa, że łatwo jest (odpowiedzi „bardzo łatwo” i „raczej łatwo” łącznie) znaleźć w ofercie handlowej ubrania spełniające wszystkie wymienione warunki, a jedna czwarta (24%) - że łatwo kupić ubrania odpowiadające pod dwoma względami. Co szósty respondent (17%) z łatwością znajduje ubrania spełniające tylko jeden warunek. Z kolei 25% ankietowanych ma trudności z dobraniem ubrania z jednego powodu, dalsze 15% - z dwóch, a co ósmej osobie (13%) trudno jest kupić ubrania odpowiadające zarówno pod względem estetycznym, cenowym, jak i rozmiaru.

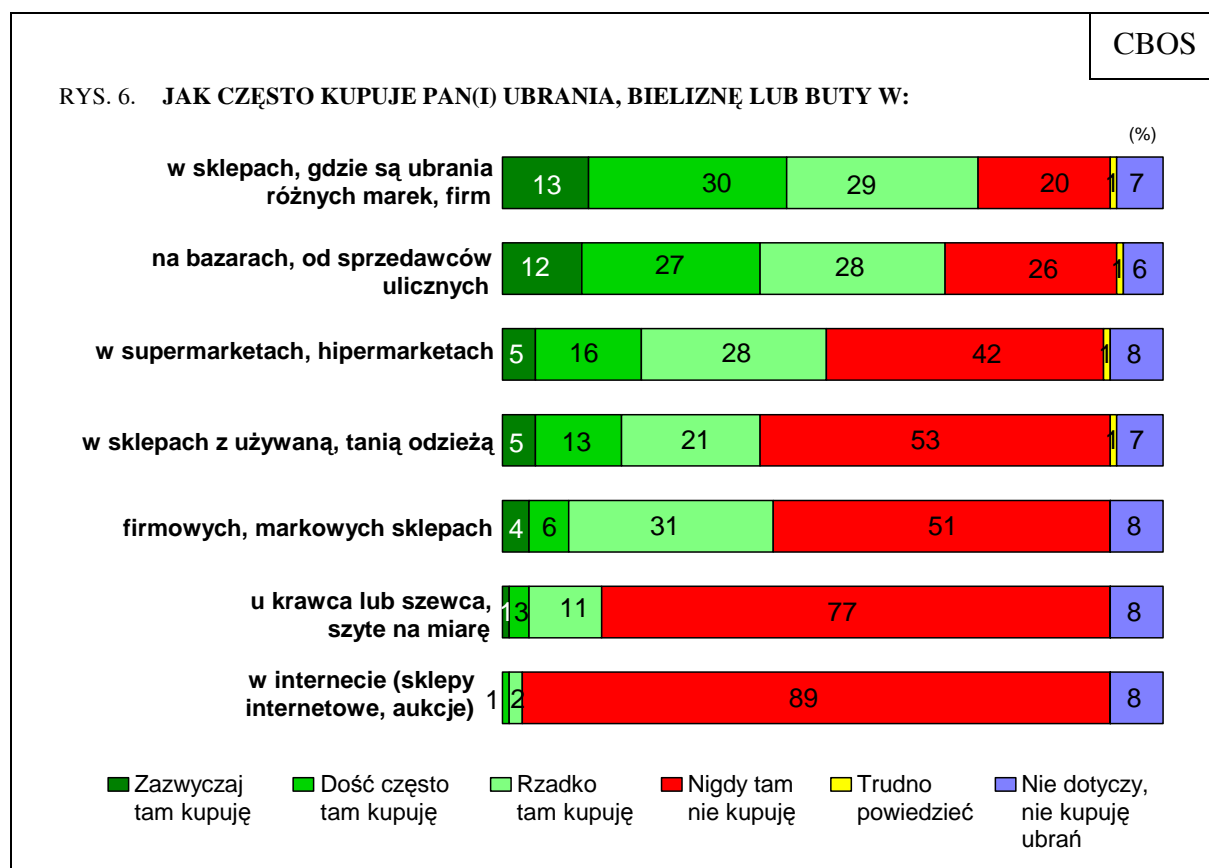


\* Zsumowano odpowiedzi „bardzo łatwo” i „raczej łatwo” oraz „bardzo trudno” i „raczej trudno”

Kobiety rzadziej niż mężczyźni deklarują, że nie mają problemów z wyszukaniem dla siebie stroju, który odpowiadałby ich wszystkim wymaganiom, częściej też widzą trudności we wszystkich aspektach. Znalezienie ubrania odpowiadającego pod każdym względem najmniej trudności sprawia badanym, którzy dobrze oceniają własne warunki materialne; w tej grupie najmniejszy jest też odsetek osób, które wymieniły wszystkie trzy aspekty stroju jako sprawiające im trudności.

### GDZIE NAJCZĘŚCIEJ POLACY KUPUJĄ UBRANIA

Badanie wykazało, że największą popularnością cieszą się sklepy odzieżowe z mieszaną ofertą - więcej niż dwie piąte badanych (43%) kupuje w nich dość często i bardzo często, a tylko co piąty (20%) deklaruje, że nigdy nie robi tam zakupów. Prawie taką samą popularnością cieszy się handel uliczny i bazarowy - 12% ankietowanych twierdzi, że odzież, bieliznę, buty zazwyczaj kupuje na bazarach i u sprzedawców ulicznych, a kolejne 27% robi to dość często. Jedna czwarta nigdy nie korzysta z takich ofert.



Inne formy sprzedaży ubrań cieszą się mniejszą popularnością: co piąty respondent (21%) zaopatruje się zazwyczaj bądź dość często w supermarketach i hipermarketach. Niewiele mniej osób (18%) często robi zakupy w sklepach z używaną, taną odzieżą, jednak ponad połowa (53%) nigdy tam nie kupuje. Prawie tyle samo (51%) nigdy nie kupuje w sklepach firmowych, markowych, a zazwyczaj lub dość często robi tam zakupy tylko co dziesiąty respondent (10%).

Większość badanych (77%) deklaruje, że nigdy nie korzystała z usług krawca bądź szewca; jedynie 15% - przynajmniej rzadko korzysta z tej formy zakupu ubrań, przy czym zaledwie co setny (1%) twierdzi, że jest to stały zwyczaj. Najmniejszym powodzeniem cieszą się zakupy internetowe - z możliwości kupowania odzieży, bielizny lub butów w sklepie internetowym bądź na aukcji korzystają nieliczni (3%). Zapewne kupującym brakuje zaufania do tej formy nabywania ubrań - mimo że mają one standaryzowane rozmiary, najlepiej jest je przymierzyć przed podjęciem decyzji o kupieniu. Ponadto zakupy internetowe nie cieszą jeszcze w Polsce zbyt dużą popularnością<sup>4</sup>.

Największy wpływ na to, gdzie Polacy kupują ubrania, ma wykształcenie i wysokość dochodów: osoby dobrze sytuowane i najlepiej wykształcone częściej niż pozostałe robią zakupy w firmowych, markowych sklepach, częściej również zamawiają ubrania u krawca czy przez internet. Z kolei wśród osób o najniższych dochodach największą popularnością cieszą się bazyry i uliczni handlowcy - tylko 16% badanych z tej grupy deklaruje, że nigdy u nich nie kupuje, a połowa co najmniej dość często robi tam zakupy. Drugim źródłem zaopatrzenia w ubrania są dla osób gorzej sytuowanych sklepy z używaną odzieżą, gdzie często robi zakupy co trzecia z nich (zob. tabele aneksowe).

Wielkość miejsca zamieszkania wpływa na częstość robienia zakupów na bazarach i w markowych sklepach: mieszkający na wsi i w najmniejszych miastach znacznie częściej niż pozostali kupują od sprzedawców ulicznych, natomiast mieszkańcy największych miast - w sklepach firmowych. Również osoby najmłodsze częściej niż przeciętnie deklarują, że kupują w takich sklepach. Do markowych sklepów częściej zaglądają mężczyźni niż kobiety - one z kolei w większym stopniu niż mężczyźni korzystają z usług krawców bądź szewców.

Stali klienci markowych sklepów (osoby, które zazwyczaj lub dość często robią tam zakupy) zdecydowanie częściej niż ogół badanych deklarują, że nigdy nie robią zakupów w sklepach z używaną odzieżą i na bazarach.

---

<sup>4</sup> Zob. komunikat CBOS „Internet i komputery: wyposażenie gospodarstw domowych, korzystanie, perspektywy rozwoju”, kwiecień 2005, oprac. M. Wenzel.



Tabela 5

Jak często kupuje Pan(i) ubrania, bieliznę lub buty w:	Odpowiedzi ogółu badanych		Odpowiedzi osób deklarujących, że „zazwyczaj” i „dość często” robią zakupy w firmowych, markowych sklepach (N=109)	
	Często tam kupuję*	Nigdy tam nie kupuję	Często tam kupuję*	Nigdy tam nie kupuję
	w procentach			
- w sklepach z używaną, tanią odzieżą	18	53	7	81
- na bazarach, od sprzedawców ulicznych	39	26	9	64

Pominięto odpowiedzi „rzadko tam kupuję”, „trudno powiedzieć” i „nie dotyczy, nie kupuję ubrań”

\*Zsumowano odpowiedzi „zazwyczaj tam kupuję” i „dość często tam kupuję”

Zależność ta działa także w przeciwnym kierunku - osoby często kupujące ubrania na bazarach i w sklepach z używaną odzieżą rzadziej niż pozostałe deklarują, że zaopatrują się w markowych sklepach, częściej niż inne zaś twierdzą, że nigdy nie kupują w firmowych sklepach.

Tabela 6

Jak często kupuje Pan(i) ubrania, bieliznę lub buty w:	Odpowiedzi ogółu badanych		Odpowiedzi osób deklarujących, że „zazwyczaj” i „dość często” robią zakupy w sklepach z używaną, tanią odzieżą (N=192)		Odpowiedzi osób deklarujących, że „zazwyczaj” i „dość często” robią zakupy na bazarach, u sprzedawców ulicznych (N=404)	
	Często tam kupuję*	Nigdy tam nie kupuję	Często tam kupuję*	Nigdy tam nie kupuję	Często tam kupuję*	Nigdy tam nie kupuję
	w procentach					
- firmowych, markowych sklepach	11	51	4	67	3	67

Pominięto odpowiedzi „rzadko tam kupuję”, „trudno powiedzieć” i „nie dotyczy, nie kupuję ubrań”

\*Zsumowano odpowiedzi „zazwyczaj tam kupuję” i „dość często tam kupuję”

### CO PODOBA SIĘ POLAKOM, A CO NIE W SPOSOBIE UBIERANIA SIĘ INNYCH

Powiada się, że nie szata zdobi człowieka. Obok tego przysłowia funkcjonuje jednak również inne porzekadło: „jak cię widzą, tak cię piszą” - wszak ubiór ma niebagatelny wpływ na to, jak jesteśmy postrzegani przez innych. Zapytaliśmy więc badanych, co im się szczególnie podoba, a co nie w tym, jak obecnie ubierają się kobiety i mężczyźni, co zyskuje aprobatę, a czego raczej należy unikać.

W przypadku stroju kobiet (mężczyzn również, ale o nich będzie mowa w dalszej części opracowania) najwyżej cenioną wartością jest elegancja - wymienia ją 19% ogółu ankietowanych, przy czym ważniejsza jest ona dla kobiet niż mężczyzn, badanych z wykształceniem wyższym lub średnim niż słabiej wykształconych. Co szósty respondent (16%) zwraca również uwagę na dobry gust Polek i towarzyszącą temu umiejętność dobierania stroju stosownie do okoliczności, wieku i figury.

Tabela 7

Co się Panu(i) <b>szczególnie podoba</b> w tym, jak dzisiaj ubierają się kobiety?	Ogółem	Odpowiedzi mężczyzn	Odpowiedzi kobiet
	w procentach		
Elegancja, styl klasyczny	19	15	23
Dobry gust, stosowność ubrania	16	14	17
Wyeksponowane ciało, seksowność	13	24	4
Kolory	12	9	15
Wygoda	7	5	8
Różnorodność, ekstrawagancja	7	4	10
Obecna moda (ogólnie lub różne konkretne przykłady nieujęte w innych punktach)	7	6	8
Kostiumy, garsonki	6	2	9
Skromność	5	4	6
Sukienki, spódnice	4	4	4
Spodnie	2	2	2
Swoboda wyboru ubrania	2	1	2
Kobiecość, styl kobiecy	2	2	2
Schludność, czystość	2	3	2
Modne ubieranie się	2	1	2
Wysoka jakość	1	0	1
Nic	1	1	1
Wszystko	2	2	1
Inne odpowiedzi	3	4	3
Trudno powiedzieć	18	20	16

Procenty nie sumują się do 100, ponieważ badani mogli samodzielnie podać kilka odpowiedzi

Co ósmy ankietowany (13% ogółu, ale 24% mężczyzn i zaledwie 4% kobiet) za pozytywne zjawisko w dzisiejszej modzie kobiecej uważa dużą ilość strojów eksponujących ciało - obcisłych bądź dużo odsłaniających, przy czym szczególnie podobają się odsłonięte kobiece nogi (6% ogółu). Znaczna liczba badanych (12% ogółu, więcej kobiet niż mężczyzn) ceni współczesną kolorystykę ubrań, ich barwność. Doceniana jest również wygoda współczesnych strojów (7% ogółu) oraz ich duża różnorodność, brak monotonii, a nawet ekstrawagancja (7%), choć niewiele mniej osób (5%) wymieniło skromność w ubiorze jako tę cechę, którą najwyżej ceni.

Co czternastemu respondentowi (7%) podoba się ogólnie pojęta współczesna moda bądź konkretne jej elementy, np. „buty z czubem”, „stretch”, „krótkie kurteczki”, a także garsonki i kostiumy (wymieniło je 6% ogółu), spódnice i sukienki (4%) oraz spodnie (2%, przy czym część podkreślała, że podoba im się to, że obecnie kobiety mogą chodzić w spodniach).

Ekspozycja ciała, różnorodność strojów oraz ich ciekawą kolorystykę szczególnie cenią młodszy badani, natomiast dla osób w średnim wieku i starszych większe znaczenie ma raczej skromność stroju, częściej niż najmłodszym podobają im się również noszone przez panie garsonki i kostiumy.

To, że kobiety starają się ubierać modnie, zauważa i dobrze ocenia 2% badanych. Takie same liczebne grupy (po 2%) twierdzą, że podoba im się swoboda wyboru ubrania, styl podkreślający kobiecość, a także schludność i czystość. Co setny respondent zwraca uwagę na wysoką jakość współczesnych damskich ubrań.

Prawie jedna piąta badanych (18%) nie potrafiła określić, co im się podoba, w tym 4% wyraziło brak zainteresowania tą problematyką. Niewielkie grupy zajęły stanowiska skrajne, twierdząc, że podoba im się wszystko albo, nieco rzadziej, że nic im się nie podoba.

To, co jednym się podoba, u innych budzi zdecydowany sprzeciw. Najwyraźniejsze różnice opinii zaobserwowaliśmy w przypadku poglądów na ekspozycję ciała we współczesnej modzie. Mimo licznego grona zwolenników, szczególnie wśród panów, ma ono jeszcze większą liczebnie grupę przeciwników. Prawie jedna trzecia uczestników badania (wśród kobiet ponad dwie piąte) twierdzi, że nie podoba im się „golizna” czy „wszystko na wierzchu”, a także obcisłe i przezroczyste ubrania, przy czym szczególnie liczną (9% ogółu) grupę przeciwników mają odsłonięte brzuchy kobiet. Prawdopodobnie działa tu efekt nowości, ponieważ do spódniczek mini można było się przyzwyczajać przez ostatnie kilkadziesiąt lat, natomiast dekolty bywały modne również w czasach, gdy suknie musiała sięgać ziemi. Ponadto niechęć do odsłoniętych brzuchów może się wiązać i z tym, że dużej grupie osób (14% ogółu, przy czym kobiety są bardziej krytyczne niż mężczyźni) nie podoba się brak gustu i nieumiejętność dostosowania stroju do figury, sytuacji czy wieku. Badani niejednokrotnie podkreślali, że przeszkadza im nie tyle nagość sama w sobie, ile szczególnie nieumiejętne ekspozycje ciała, nieestetycznego z ich punktu widzenia, np. „tłusty brzuch na wierzchu”. Znaczej grupie badanych (12%) nie podobają się też kobiety ubrane wyzywająco i ekstrawagancko.

Tabela 8

Co się Panu(i) <b>szczególnie nie podoba</b> w tym, jak dzisiaj ubierają się kobiety?	Ogółem	Odpowiedzi mężczyzn	Odpowiedzi kobiet
	w procentach		
Wyeksponowane ciało, seksowność	31	18	42
Brak gustu, niedostosowanie stroju (do okoliczności, wieku, figury)	14	10	17
Ubrania wyzywające, ekstrawaganckie	12	9	14
Styl męski, noszenie spodni	5	8	2
Różne elementy obecnej mody (ogólnie lub konkretne przykłady nieujęte w innych punktach)	5	6	5
Niechlujstwo, zaniedbanie	4	4	3
Ubrania długie i szerokie	3	4	1
Ozdoby, makijaż, ich nadmiar bądź niska jakość	3	5	2
Kolory ubrań (szczególnie zbyt jaskrawe)	4	2	5
Zbytne podążanie za modą	1	1	1
Wszystko mi się podoba, podobają mi się kobiety	5	8	3
Inne odpowiedzi	2	1	2
Trudno powiedzieć	25	32	18

Procenty nie sumują się do 100, ponieważ badani mogli samodzielnie podać kilka odpowiedzi

Pozostałe aspekty damskiej mody wymieniano wyraźnie rzadziej: części badanych (5% ogółu, w przeważającej mierze mężczyzn) nie podoba się, że kobiety noszą spodnie, ubierają się po męsku, a dalsze 3% krytykuje długie spódnice i obszerne ubrania, m.in. dlatego, że „nie widać nóg”. Co dwudziesty piąty Polak (4%) nie pochwała niechlujstwa i zaniedbania, nielicznym nie podoba się makijaż kobiet oraz nadmiar i niska jakość noszonych przez nie ozdób (3%), a także kolorowe ubrania (4% - szczególnie krytykowano zbyt jaskrawe kolory, choć znaleźli się również przeciwnicy nadmiaru czerni). Sporadycznie (1%) uznawano za wadę zbyt podążanie za modą prowadzące do tego, że „wszystkie są jednakowo ubrane”, „brak oryginalności w ubiorze”.

Wymieniano również obecną modę bądź różne konkretne jej przejawy (np. „niektóre fasony butów”, „stringi” czy „zbyt luźna bielizna”, „spodnie biodrówki”). Co dwudziesty badany (5%) twierdzi, że podoba mu się wszystko albo po prostu podobają mu się kobiety. Jedna czwarta nie potrafiła sprecyzować, co jej się nie podoba w tym, jak ubierają się kobiety, przy czym znikomy był odsetek niezainteresowanych tą problematyką (1%).

Im wyższe wykształcenie badanych, tym częstsze deklaracje, że nie podoba im się brak gustu i niestosowność stroju oraz zbyt wyzywający i ekstrawagancki sposób ubierania się. Co ciekawe, to ostatnie zjawisko negatywnie ocenia większy niż przeciętnie odsetek

najmłodszych badanych. Najstarsi z kolei są najkrytyczniej nastawieni do ubrań odslaniających zbyt dużo ciała - ponad połowa osób w wieku 65 lat i więcej wymienia zbyt nie roznegliżowanie jako wadę współczesnej mody damskiej.

Wśród pozytywnych ocen różnych aspektów stylu ubierania się Polek i Polaków jest kilka podobieństw. W przypadku mężczyzn również najczęściej wymienianą zaletą jest elegancja, ceniona przez 19% społeczeństwa (bardziej przez kobiety). Tyle samo (19% ogółu, częściej kobiety niż mężczyźni) deklaruje, że podobają im się noszone obecnie przez panów garnitury, koszule i krawaty. Warto podkreślić, że bardziej znaczące i zauważane jest noszenie garniturów przez mężczyzn niż kostiumów i garsonek przez kobiety (przypomnijmy: spontanicznie wymieniło je 6% badanych).

Tabela 9

Co się Panu(i) <b>szczególnie podoba</b> w tym, jak dzisiaj ubierają się mężczyźni?	Ogółem	Odpowiedzi mężczyzn	Odpowiedzi kobiet
	w procentach		
Elegancja, styl klasyczny	19	15	23
Garnitury, koszule, krawaty	19	12	24
Wygoda	10	13	7
Schludność, czystość, dbałość o wygląd	8	7	8
Styl sportowy	7	7	6
Dobry gust, stosowność ubrania	7	7	8
Aktualna moda (ogólnie lub różne konkretne przykłady nieuwjęte w innych punktach)	5	6	5
Kolory	3	2	3
Różnorodność, ekstrawagancja	2	1	2
Dżinsy	2	3	2
Swoboda wyboru ubrania	1	1	1
Wyeksponowane ciało	1	1	1
Wysoka jakość, markowe ubrania	1	2	1
Skromność	1	0	2
Modne ubieranie się	1	2	1
Nic	2	2	1
Wszystko	2	2	1
Inne odpowiedzi	4	3	4
Trudno powiedzieć	26	30	22

Procenty nie sumują się do 100, ponieważ badani mogli samodzielnie podać kilka odpowiedzi

Co dziesiąty badany (10% ogółu, częściej mężczyźni niż kobiety) wysoko ceni wygodę współczesnych męskich ubrań, nieco mniejsza grupa (8%) jako zaletę postrzega schludność i czystość. Trzeba zaznaczyć, że respondenci często podkreślali, iż doceniają to, że mężczyźni zaczęli dbać o wygląd i obecnie przywiązują większą wagę do higieny osobistej niż kiedyś. Po 7% ankietowanych wymieniło wśród pozytywów styl sportowy w modzie oraz dobry gust i umiejętność doboru stroju do sytuacji. Kolory i różnorodność, tak często wymieniane jako zalety stylu ubierania się kobiet, w przypadku ubrań męskich podobają się nielicznym (odpowiednio: 3% i 2%).

Badanym podobają się również dzinsy (2%), swoboda wyboru ubrania, wysoka jakość odzieży, a także to, że mężczyźni ubierają się modnie (po 1%). Nieliczni (po 1%, mniej niż w przypadku oceny stylu ubierania się kobiet) jako pozytywy wymieniają z jednej strony stroje eksponujące ciało, a z drugiej skromność w ubiorze. Najwidoczniej kobiety bardziej niż mężczyźni są oceniane pod względem obyczajności stroju i umiejętności dobrania go do okoliczności, choć przyczyna takiego stanu rzeczy może tkwić i w tym, że to kobiety ubierają się „odważniej” i ich stroje bardziej zwracają uwagę. Tezę tę potwierdza również to, że więcej badanych nie umiało powiedzieć, co im się podoba w strojach męskich niż w kobiecych.

Dodajmy, że najmłodszy badani i mieszkańcy największych miast mniej cenią garnitury, dla nich bardziej istotną niż dla pozostałych cechą ubrań męskich jest wygoda. Wymienia ją wśród pozytywów również stosunkowo wysoki odsetek badanych z wyższym wykształceniem, którzy u współczesnych mężczyzn wysoko cenią także schludność i większą dbałość o wygląd.

Wprawdzie 8% ankietowanych uważa, że mężczyźni dbają obecnie o wygląd znacznie bardziej niż kiedyś, jednak niechlujstwo i zaniedbanie w ubiorze nadal są największym „grzechem” panów, dostrzeganym przez 17% badanych (przy czym im wyższy poziom wykształcenia, tym więcej postrzegających brak dbałości o wygląd). Co ósmy respondent (13%) nie lubi również obszernych ubrań (spodnie i bluzy, kojarzone z subkulturą skate bądź hip-hopu, przy czym w większości przypadków chodzi o „szerokie spodnie z krokiem w kolanach”). Negatywnie oceniany jest też brak gustu i niedostosowanie stroju do okoliczności (8%).

Tabela 10

Co się Panu(i) <b>szczególnie nie podoba</b> w tym, jak dzisiaj ubierają się mężczyźni?	Ogółem	Odpowiedzi mężczyzn	Odpowiedzi kobiet
	w procentach		
Niechlujstwo, zaniedbanie	17	15	19
Obszerne ubrania (w tym „spodnie z krokiem w kolanach” - 10%)	13	11	15
Brak gustu, niedostosowanie stroju (do okoliczności, wieku, figury)	8	7	10
Różne elementy obecnej mody (ogólnie lub konkretne przykłady nieujęte w innych punktach)	7	8	6
Ozdoby, kolczyki	4	5	4
Wyeksponowane ciało, seksowność	4	4	4
Dresy	3	3	3
Ubrania wyzywające, ekstrawaganckie	3	4	2
Fryzury (ogólnie lub konkretne przykłady)	2	2	2
Zniewieściałość	1	1	2
Nijakość	1	1	1
Zbytne podążanie za modą	1	1	1
Kolory ubrań	1	1	1
Wszystko mi się podoba	5	6	4
Inne odpowiedzi	3	2	3
Trudno powiedzieć	37	40	35

Procenty nie sumują się do 100, ponieważ badani mogli samodzielnie podać kilka odpowiedzi

Ogólnie pojmowana współczesna moda męska nie podoba się co czternastej osobie (7%), mniejsze grupy (po 4%) nie lubią takich jej przejawów, jak kolczyki i inne ozdoby oraz stroje zbyt obcisłe bądź odkrywające zbyt dużo ciała; nielicznym nie podobają się również dresy (3% ogółu, 8% wśród najlepiej wykształconych), a także stroje wyzywające i ekstrawaganckie (3%). Sporadyczne (2%) były zastrzeżenia co do męskich fryzur (najczęściej wymieniano „łyse głowy” i „dredy”). Ponadto nie podobają się u dzisiejszych mężczyzn: zniewieściałość, nijakość (ten ostatni zarzut nie znalazł się wśród odpowiedzi dotyczących kobiet), zbytne podążanie za modą i kolorowe ubrania (po 1%).

Podobnie jak w przypadku oceny ubierania się kobiet, niektórym podoba się wszystko (5%). Prawie dwie piąte badanych (37%) nie potrafiło jednak powiedzieć, czy jest coś, co im nie odpowiada w tym, jak dziś ubierają się mężczyźni.

## OCENA TRENDÓW WE WSPÓŁCZESNEJ MODZIE

Odpowiedzi na pytanie otwarte pokazały, że niektóre aspekty dzisiejszej mody mają zarówno swoich zwolenników, jak i przeciwników. Pamięamy, że opinie na temat eksponowania ciała przez kobiety były podzielone - okazuje się jednak, że głębokie dekolty i krótkie spódniczki są akceptowane przez większość badanych (odpowiednio: 57% i 54%). Ci, którym się one nie podobają, to grupy mniej liczne (odpowiednio: 35% i 39%). Nieco inaczej przedstawiają się opinie dotyczące ubrań odsłaniających brzuch (przypomnijmy, że 9% badanych spontanicznie odpowiedziało, że nie podobają im się takie stroje) - ich zwolennicy i przeciwnicy to grupy prawie równoliczne (45% i 47%), z tym że znacząco większa niż w poprzednich dwóch przypadkach jest liczba osób wyrażających zdecydowaną dezaprobatę.

Tabela 11

Czy podoba się Panu(i) czy też nie, że obecnie można spotkać na ulicy:	Podoba mi się	Nie podoba mi się	Trudno powiedzieć, to zależy
	w procentach		
- kobiety w bluzce z bardzo głębokim dekoltem	57 (16)	35 (14)	8
- kobiety w bardzo krótkiej spódniczce	54 (18)	39 (15)	7
- kobiety w ubraniu odsłaniającym brzuch	45 (14)	47 (25)	7
- mężczyzn z włosami ogolonymi bardzo krótko lub zupełnie „na zero”	44 (9)	45 (22)	11
- mężczyzn z tatuażem, np. na ramieniu	40 (6)	50 (29)	10
- kobiety z włosami ufarbowanymi na nienaturalny, jaskrawy kolor	35 (7)	56 (24)	9
- mężczyzn z długimi włosami	29 (5)	58 (32)	12
- kobiety z tatuażem, np. na ramieniu	27 (5)	66 (41)	6
- mężczyzn z kolczykami w uszach	16 (2)	78 (53)	6
- mężczyzn z farbowanymi włosami	13 (2)	80 (50)	7
- kobiety z kolczykiem w nosie	12 (3)	83 (55)	5
- mężczyzn z kolczykiem w nosie	7 (1)	88 (65)	5
- mężczyzn z wydepilowanymi nogami	7 (1)	75 (54)	19

Zsumowane odpowiedzi „zdecydowanie mi się podoba” i „raczej mi się podoba” oraz „zdecydowanie mi się nie podoba” i „raczej mi się nie podoba”. W nawiasach podano odpowiedzi skrajne

Śmiałe odsłanianie kobiecego ciała ma zwolenników przede wszystkim wśród mężczyzn oraz młodszych badanych. Kobiety oraz osoby starsze częściej twierdzą, że nie podobają im się głębokie dekolty, krótkie spódniczki i odkryte brzuchy.



Tabela 12

Czy podoba się Panu(i) czy też nie, że obecnie można spotkać na ulicy:	Podoba mi się*		
	Ogółem	Odpowiedzi mężczyzn	Odpowiedzi kobiet
	w procentach		
- kobiety w bluzce z bardzo głębokim dekoltem	57	71	44
- kobiety w bardzo krótkiej spódnicy	54	70	40
- kobiety w ubraniu odsłaniającym brzuch	45	62	30
- mężczyzn z włosami ogolonymi bardzo krótko lub zupełnie „na zero”	44	43	45
- mężczyzn z tatuażem, np. na ramieniu	40	44	36
- kobiety z włosami ufarbowanymi na nienaturalny, jaskrawy kolor	35	35	36
- mężczyzn z długimi włosami	29	25	33
- kobiety z tatuażem, np. na ramieniu	27	29	25
- mężczyzn z kolczykami w uszach	16	14	18
- mężczyzn z farbowanymi włosami	13	11	13
- kobiety z kolczykiem w nosie	12	10	14
- mężczyzn z kolczykiem w nosie	7	5	8
- mężczyzn z wydepilowanymi nogami	7	4	9

\* Zsumowano odpowiedzi „zdecydowanie mi się podoba” i „raczej mi się podoba”

Podzielone są również opinie na temat bardzo krótko ostrzyżonych lub wręcz „na zero” ogolonych męskich głów. Co ciekawe, taki sposób strzyżenia nieznacznie bardziej niż pozostałym podoba się osobom osiągającym najwyższe dochody i dobrze oceniającym własną sytuację materialną, natomiast z mniejszą niż przeciętna aprobatą spotyka się wśród osób starszych i respondentów o poglądach prawicowych (por. tabele aneksowe).

Pozostałe wymieniane przez nas trendy nie podobają się co najmniej połowie badanych, choć stopień ich akceptacji jest zróżnicowany. Dwie piąte respondentów deklaruje, że podoba im się tatuaż u mężczyzny, np. na ramieniu, połowa jednak nie akceptuje tego (50%, w tym 29% zdecydowanie). Tatuaż kobiecy spotyka się z jeszcze mniejszą aprobatą - niewiele ponad jedna czwarta badanych twierdzi, że im się podoba, a przeciwnicy to aż dwie trzecie. Tatuaże (u mężczyzn czy u kobiet) mają więcej zwolenników wśród osób młodszych oraz dobrze oceniających swoją sytuację materialną, częściej też akceptują je mężczyźni niż kobiety.

Ponad połowie badanych nie podobają się również kobiety z włosami ufarbowanymi na nienaturalny, jaskrawy kolor. Farbowania włosów przez mężczyzn nie aprobuje aż cztery piąte Polaków (80%). Stosunkowo wyższa jest tolerancja dla noszonych przez mężczyzn długich włosów (29% wobec 58% dezaprobaty). Farbowane włosy najbardziej nie podobają się osobom najstarszym, natomiast mężczyźni o długich włosach zyskują nieco wyższą niż przeciętna aprobatę wśród kobiet i osób z wyższym wykształceniem.

Nieakceptowane jest noszenie przez mężczyzn kolczyków w uszach (78%) lub w nosie (88%). Kolczyk w nosie kobiety również nie podoba się ogromnej większości Polaków (83%). Z ponadprzeciętną akceptacją spotyka się noszenie kolczyków tylko wśród badanych do 34 roku życia.

To, że obecnie można spotkać na ulicy mężczyzn z wydepilowanymi nogami, pozytywnie ocenia 7% badanych, natomiast trzy czwarte (75%) wyraża opinie negatywne.

Okazuje się, że odkryte kobiece ciało, w tym także od niedawna widoczne na ulicach brzuchy, cieszy się o wiele większą aprobatą niż zdobienia w postaci tatuażu czy kolczyków. Prawdopodobnie z samym ciałem Polacy są już „oswojeni”, być może zgadzają się z tym, że *naturalia non sunt turpia* (choć otwarcie krytykują eksponowanie tego, co uważają za brzydkie), natomiast kolczyki i tatuaże, jako ingerencja w naturę, nie są akceptowane. Potwierdzenie tej tezy wymagałoby jednak pogłębionych badań.

#### **„TRZA BYĆ W BUTACH NA WESELU”**

Polacy pytani o to, co im się podoba, a co nie w tym, jak dzisiaj ubierają się kobiety i mężczyźni, dość często zwracają uwagę na stosowność stroju. Ważne jest, żeby ubranie pasowało do wieku czy sylwetki, ale również to, by było odpowiednie na daną okazję. Badanym nie podobają się np. „kobiety w kościele z odkrytymi brzuchami” lub „za skąpo ubrane do pracy”, ale także - w odniesieniu do mężczyzn - „dżinsy na każdą okazję”, „podkoszulki jako ubiór na ulicę” czy nawet „przesadzanie z elegancją”. Zwracano uwagę na to, że obecnie ludzie ubierają się „często nieelegancko, mimo że wymaga tego sytuacja”.

W Polsce powszechne jest przekonanie, że sytuacje wymagające eleganckiego, odświętnego stroju to przede wszystkim śluby i pogrzeby. Ogromna większość społeczeństwa (90%) uważa również, że należy ubrać się elegancko, kiedy idzie się w odwiedziny do znajomych lub rodziny w starszym wieku, jednak tylko połowa jest o tym w pełni przekonana, natomiast 8% badanych twierdzi, że nie ubrałoby się z tej okazji jakoś szczególnie. Trzy czwarte ankietowanych sądzi, że odwiedziny u rodziny lub znajomych w młodym wieku wymagają również odświętnego stroju (76%, w tym dwie piąte wyraża tę opinię zdecydowanie), jedna piąta natomiast jest zdania, że z takiej okazji nie ma potrzeby ubierać się elegancko.

Tabela 13

Które z wymienionych przypadków wymagają, Pana(i) zdaniem, stroju szczególnego, odświętnego, bardziej eleganckiego niż na co dzień? Czy ubrał(a)by się Pan(i) inaczej niż na co dzień z okazji:	Tak	Nie	Trudno powiedzieć	Nie dotyczy, nie biorę udziału
	w procentach			
- ślubu kogoś znajomego	99 (89)	0 (0)	0	1
- pogrzebu	98 (81)	2 (0)	0	0
- odwiedzin u znajomych lub rodziny w starszym wieku	90 (50)	8 (1)	0	1
- sylwestra	88 (74)	3 (0,5)	1	9
- niedzielnej mszy w kościele	87 (56)	10 (1)	1	3
- rozmowy o pracę	83 (67)	1 (0,5)	1	14
- wyjścia do teatru, opery	80 (65)	2 (1)	1	17
- odwiedzin u znajomych lub rodziny w młodym wieku	76 (41)	19 (2)	2	2
- egzaminu w szkole, na uczelni	71 (59)	2 (0)	1	26

Zsumowane odpowiedzi „zdecydowanie tak” i „raczej tak” oraz „zdecydowanie nie” i „raczej nie”. W nawiasach podano odpowiedzi skrajne

Polacy w większości twierdzą, że ubraliby się odświętnie z okazji sylwestra (88%), niedzielnej mszy (87%), wyjścia do teatru, opery (80%). Większość uważa również, że inaczej niż na co dzień należy się ubrać idąc na rozmowę w sprawie pracy (83%) lub egzamin w szkole czy na uczelni (71%).

Badani są na ogół zgodni, że należy się ubrać elegancko na ślub i pogrzeb. Natomiast we wszystkich pozostałych przypadkach kobiety nieco częściej niż mężczyźni należą do zdecydowanych orędowniczek odświętnego ubierania się. Okazuje się również, że im młodszy i bardziej zamożni są badani, tym mniejszą (choć nadal dużą) wagę przywiązują do odpowiedniego ubrania. Możliwe jednak, że w przypadku respondentów dobrze oceniających własne warunki materialne ubranie „codzienne” jest strojem, który pozostali uznają za „elegancki” - wszak często na co dzień chodzą oni w np. garniturach.



Polacy podchodzą do kwestii ubierania się w sposób bardzo praktyczny, liczy się dla nich przede wszystkim wygoda stroju i jego niska cena. Nie znaczy to jednak, że - gdyby mogli - nie ubieraliby się inaczej. Wielu badanych chciałoby móc sobie pozwolić na ubrania dobre jakościowo, markowe i w większym niż dotąd stopniu nadszyc za modą. Stosunkowo niskie dochody uniemożliwiają znacznej części społeczeństwa pełne zaspokojenie tych

pragnień. Mimo że dla 36% Polaków znalezienie w sklepach (lub na bazarach) ubrań odpowiadających im pod względem rozmiaru, estetycznym i cenowym nie stanowi większego problemu, handlowcy nie powinni jednak spać spokojnie, wiedząc, że co najmniej 20% ich potencjalnych klientów ma trudności ze znalezieniem strojów, które by im się podobały i pasowały do ich sylwetki, a prawie połowa z trudem znajduje ubrania mające przystępną cenę.

Zarówno u mężczyzn, jak i u kobiet wysoko ceniona jest elegancja (w przypadku mężczyzn również to, że obecnie często noszą ładne garnitury i krawaty), natomiast najbardziej krytkowane są damskie ubrania odsłaniające zbyt dużo ciała oraz niechlujstwo mężczyzn i noszone przez nich obszerne spodnie i bluzy. Z dezaprobatą spotyka się również nieumiejętność dobrania stroju do okoliczności, wieku i figury. Okazuje się, że znaczenie odpowiedniego ubrania jest w Polsce bardzo duże i naprawdę nieliczni deklarują, że zdecydowaliby się na założenie codziennego stroju na ślub, pogrzeb czy zabawę sylwestrową. Podobnie traktowane są egzaminy i rozmowy o pracę oraz wyjścia do opery czy teatru. Stosunkowo najwięcej (choć i tak niewiele) osób zadeklarowało, że eleganckiego ubrania nie wymagają odwiedziny u znajomych (szczególnie młodych) i niedzielna msza w kościele. Okazuje się, że powiedzenie „jak cię widzą, tak cię piszą”, jest stale aktualne i jedynie nieliczni pozwalają sobie na jego ignorowanie.

Opracowała  
Joanna LEWANDOWSKA