

Tiedekunta-Fakultet-Faculty Valtiotieteellinen tiedekunta		Laitos-Institution-Department Sosiologian laitos	
Tekijä-Författare-Author Jantunen, Maarit			
Työn nimi-Arbetets titel-Title Nuoret miehet vaateostoksilla			
Oppiaine-Läroämne-Subject Yleinen sosiologia			
Työn laji-Arbetets art-Level Pro gradu		Aika-Datum-Month and year 2000-11-15	Sivumäärä-Sidantal-Number of pages 103
<p>Tiivistelmä-Referat-Abstract</p> <p>Nykyinen kulutussosiologinen tutkimus ja sen erikoisala ”shoppailututkimus” on ollut vahvasti sidoksissa ostospaikkoihin ja niiden asiakaskuntaan. Erityisen kiinnostuneita on oltu naisten ostoksilla käymisestä. Miesten ei ole uskottu shoppailevan tai ainakaan heidän ei ole oletettu siitä nauttivan. Kuitenkin nuoria miehiäkin näkee kaupoissa kiertelemässä ja katselemassa – erityisesti vaatteita. Tämän tutkimuksen keskeinen kysymys on, miten nuoret miehet mieltävät vaateostoksilla käymisen? Onko se heille pakkoa vai ajanvietettä? Toisaalta onko havaittavissa joitain erityisiä rakenteita ja kulttuurisia jäsenyyksiä, joiden kautta heidän vaateostoksilla käyntiään voidaan kuvata? Entä mikä rooli muodilla ja tyylillä on näille nuorille miehille vaatehankintoja tehtäessä?</p> <p>Tutkimus on toteutettu kvalitatiivisin ryhmäkeskusteluin. Yhteensä pidettiin kuusi (6) ryhmäkeskustelua, joihin osallistui 29 20–25-vuotiasta pukeutumisesta ja ostoksilla käymisestä kiinnostunutta nuorta miestä. Tulokset kertovat parhaiten keskiluokkaisista, suurkaupungeissa asuvista nuorista miehistä, joilla on joko ammattikorkeakoulu tai korkeakoulu tutkinto. Uuden teknologian yritykset sekä muut palvelualat ovat heidän ensisijaiset työllistäjät. Toisaalta he edustavat erilaisia alakulttuureita.</p> <p>Aiemmin maskuliininen ja feminiininen ostoksilla käynti on asetettu ikään kuin saman jatkumon ääripäiksi. Tutkimuksen tulosten perusteella nämä ääripäät on erotettavissa omaksi jatkumokseen. Siten nuorilla miehillä on erotettavissa kaksi ostosorientoituneisuutta: avoin ja rajoittunut. Ensimmäistä luonnehtii objektiivisen tarpeen kokemus; jälkimmäistä taas ajaa eteenpäin subjektiivisen tarpeen kokemus. Toisin sanoen nuoret miehet selittävät ostoksilla käymisen ja vaatteiden ostamisen aina tarpeilla, vaikka ne olisivatkin paremmin mielletävissä haluiksi.</p> <p>Yksilöllinen tyyli on eräs merkittävimmistä vaatteiden valitsemiseen vaikuttavista tekijöistä. Sen vaikutus on kuitenkin usein tiedostamatonta. Nuorten miesten yksilöllinen tyyli rakentuu kahdesta seikasta: omasta näkemyksestä, mikä on hyvännäköinen ja ennen kaikkea itselle sopiva vaate sekä yleisen maun standardin - muodin - vaikutuksesta. Olennaista on, että nuorilla miehillä on monta muotia, jotka vaihtelevat elämäntilanteesta ja elinympäristöstä riippuen.</p> <p>Johtopäätöksenä voidaan sanoa, että nuoret miehet ovat erityisesti valintojaan perustelevia, maksimaaliseen mielihyvään ja tyytyväisyyteen pyrkiviä yksilöllisyyden ja laadun shoppaajia.</p>			
<p>Avainsanat-Nyckelord-Keywords</p> <p>vaatteet - shoppailu - miehet pukeutuminen - tyylit - miehet muoti - sukupuolierot - ostoskäyttäytyminen</p>			
Säilytyspaikka-Förvaringsställe-Where deposited			
Muita tietoja-Övriga uppgifter-Additional information			