

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ТЕНДЕНЦІЙ МОДИ НА ВИБІР ОДЯГУ ПІДЛІТКАМИ

Г.Є. ЛОБАНОВА, А.О. КОЧАТКОВА, К.В. ЯКОВЧУК
Хмельницький національний університет

У житті сучасних підлітків мода є важливою складовою культури та особистої ідентичності, особливо, коли формуються основні цінності, а також їх смаки та соціальні навички. Вони особливо чутливі до зовнішніх факторів, включаючи соціальний вплив та моду. Підлітковий одяг відображає не лише популярні тенденції, але й власні інтереси, соціальний статус та прагнення до самовираження. Швидка зміна модних трендів та їхній вплив через медіа та соціальні мережі на підлітків, як одну з найбільш чутливих до тенденцій аудиторій, призводить до все більшої орієнтації на те, що вважається популярним. Вплив моди на їхній вибір може суттєво відобразитися на стиль спілкування, побудову соціальних зв'язків та навіть на самооцінку.

Сучасні дослідження також свідчать про сильний вплив соціальних мереж, які стали джерелом модних тенденцій для молоді [1]. Через соціальні платформи підлітки щодня бачать, як виглядають їхні однолітки, зірки, блогери. Це посилює вплив моди і змушує їх більше орієнтуватися на «ідеальні» образи, що може впливати на їхні рішення.

Вивчення впливу моди на підлітків допоможе зрозуміти, як модні тенденції формують поведінкові моделі, які фактори впливають на прийняття рішень, та як підтримувати здоровий підхід до моди в даній віковій категорії. Мода виконує не лише декоративну, а й соціальну функцію, допомагаючи підліткам інтегруватися в певну соціальну групу. Одяг для них стає засобом комунікації, допомагаючи висловити приналежність до певної субкультури, інтереси та життєві цінності. Важливою також стає роль соціальних мереж, де підлітки отримують інформацію про нові тренди [2-3].

Період підліткового віку часто характеризується прагненням до самовираження та індивідуалізації, тому вибір одягу стає способом самовираження, що дозволяє показати свої інтереси, особисті вподобання та життєві позиції. Саме тенденція до самовираження спонукає підлітків експериментувати зі стилями, віддаючи перевагу нестандартним трендам та унікальним дизайнерським рішенням.

Дослідження базується на опитуванні 92 підлітків віком від 13 до 15 років. Методом вибірки використаний анкетний опитувальник, розроблений на платформі Google Forms, що дозволило ефективно й зручно зібрати інформацію від респондентів. Вони відповідали на питання про свої модні вподобання, джерела натхнення для вибору одягу, рівень впливу соціальних мереж і важливість брендів.

Онлайн-опитування містить поєднання закритих та відкритих питань, щоб зібрати як кількісні, так і якісні дані. Закриті питання дозволили проаналізувати загальні тенденції, тоді як відкриті питання надали можливість підліткам поділитися власними думками щодо модних тенденцій. Окрім анкетування,

проведено декілька фокус-групових інтерв'ю, для кращого розуміння їхніх інтересів та ставлення до модних тенденцій.

64,4 % респондентів ідентифікували себе як дівчата, 33,3% – як хлопці. Незначний відсоток – 2,3 % опитаних міг залишитися поза категоріями, можливо, через інші варіанти вибору або невизначеність.

На питання щодо оцінки важливості свого зовнішнього вигляду, найбільший відсоток респондентів (54,3 %) відповіли, що зазвичай вибирають зручний і практичний одяг, залежно від настрою та ситуації. 26,1 % респондентів приділяє значну увагу своєму зовнішньому вигляду і вважає його важливим аспектом свого життя. Ймовірно, вони дотримуються певних стандартів краси і тому прагнуть завжди виглядати бездоганно. 10,9 % підлітків відповіли, що не приділяють особливої уваги своєму зовнішньому вигляду, а 6,5 % – вважають, що зовнішній вигляд важливий лише в особливих випадках, коли потрібно справити гарне враження. У повсякденному житті вони надають перевагу комфортності одягу. Лише незначна кількість опитаних (2,2 %) вважає, що зовнішній вигляд має значення, проте не є найважливішим аспектом їхнього життя.

Більше половини учасників опитування – 54,3 % зазначили, що найбільше надають перевагу зручності виробів, що підтверджує загальну тенденцію до прагнення комфортності та функціональності при виборі одягу. 21 % підлітків вибирають стильні вироби, а 15 % – оригінальні, оскільки цінують унікальність та креативний підхід при виборі одягу.

Соціальні мережі та інфлюенсери відіграють важливу роль у визначенні модних вподобань підлітків, формуючи їхнє сприйняття стилю і впливаючи на рішення щодо купівлі.

Отримані дані можуть бути корисними для дизайнерів, маркетологів та педагогів, які працюють з підлітками, що прагнуть знайти баланс між приналежністю до певної групи та збереженням унікальності, допомагаючи їм краще зрозуміти потреби та інтереси цієї вікової категорії.

Література

1. The influence of personal and social identity on the clothing consumption of adolescents: Influence of personal and social identity on clothing consumption of adolescents [Електронний ресурс] / K.Badaoui, C. Su, A. Lebrun, P. Bouchet – Режим доступу до ресурсу: https://www.researchgate.net/publication/306271708_The_influence_of_personal_and_social_identity_on_the_clothing_consumption_of_adolescents_Influence_of_personal_and_social_identity_on_clothing_consumption_of_adolescents
2. Top 10 Teenage Clothing Trends for 2024-2025 [Електронний ресурс] // Global Sources. – 2024. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.globalsources.com/knowledge/top-10-teenage-clothing-trends-for-2024/>
3. Одяг сучасної молоді [Електронний ресурс] // Факти. Аналітика. Коментарі. Тенденції: <https://fact-news.com.ua/odyag-suchasnoi-molodi>. – 2024. – Режим доступу до ресурсу: <https://fact-news.com.ua/odyag-suchasnoi-molodi/>