

## ИНТЕРЕС МОЛОДЁЖИ К БРЕНДАМ И МОДЕ

*На сегодняшний день, мода становится все более и более значима и занимает один из ключевых факторов современного общества. Как правило, мода базируется на принципе «отличия себя от других». С ростом численности населения у людей возникла потребность в «выделении» себя из толпы, быть не похожим на других, быть индивидуальным.*

Мода всегда отражает эпоху. Мода последнего десятилетия XX века формировалась в эпоху спада, и в ней нашли свое отражение политические и социальные события 90-х годов. Но спад меняется подъёмом, и тенденции моды уже отражают идеалы роскошной жизни. Еще 2-3 года назад надо было выглядеть скорее «незнакомкой в сером», чем «фифой с бриллиантами». Теперь быть богатой и элегантной престижно [1]. С развитием технологий информация стала очень доступной благодаря сети Интернет. Стоит всего лишь включить компьютер, подключённый к сети, и в вашем распоряжении десятки тысяч веб-страниц с необходимой вам информацией. С таким быстрым способом информирования очень легко распространить информацию миллионам людей за очень короткие сроки. Ещё одним фактором, который повлиял на распространение моды в современном мире стали социальные сети, такие как YouTube и Instagram. Блогеры – люди, которые продвигают свой контент в социальных сетях, демонстрируют новые вещи, купленные ими там-то и там-то, или рекламируют бренд, который им понравился. Цель нашей исследовательской работы заключалась в выявлении заинтересованности старшеклассников и студентов к новинкам и моде. Метод исследования – онлайн-анкетирование. В опросе приняли участие 146 респондента. Из них – 54 старшеклассника и 92 студентов вузов. В ходе исследования респондентам были заданы вопросы, позволившие выявить: степень заинтересованности студентов и школьников выглядеть модно, финансовые возможности для покупки дорогих брендов, частоту посещения магазинов (шопинг), желание переплачивать за бренд и т.д. Полученные ответы показали, что заинтересованность старшеклассников и студентов варьируется в зависимости от следующих факторов: ежемесячная заработанная плата, мнение близких людей о выборе одежды, желания соответствовать современной моде. Но если смотреть в целом, ответы показали, что 53% иногда покупают себе модные вещи и 13% делают это постоянно.

Основной интерес в рамках исследования представляло выявление мотивов соответствия старшеклассников и студентов моде. Основные факторы:

- удовлетворённость приобретёнными вещами (71%);
- посещения шопинга раз в несколько месяцев (54%);
- мнение, что мода занимает одно из ключевых мест современного общества (64%);
- положительное мнение близких людей о приобретаемых вещах (60%).

Основные причины, желания студентов и старшеклассников покупать дорогие или модные вещи:

- я не могу выглядеть хуже друзей (35%);
- привык(ла) покупать все дорогие (29%);
- люблю, когда на меня все смотрят (36%).

Основные критерии, на которые обращают внимания студенты и старшеклассники при покупке новых вещей:

- одежда должна быть качественной (37%);
- одежда должна быть удобной (42%);
- одежда должна быть красивой (21%).

Один из самых важных вопросов исследования, который звучит следующим образом «Вы готовы переплачивать за бренд?», выявил следующее:

- да, только оригинал (15%);
- смотря, что за товар (70%);
- нет, ни в коем случае (15%)

Полученные результаты опроса показали высокую заинтересованность молодёжи к приобретению новинок и модных вещей. Желание «быть в тренде», даже если частично, присутствует у большинства. Однако все это ограничивается денежными средствами, которые порой не дают возможности выглядеть «на все сто».

### Список используемых источников

1. styleadvisor.ru – [Электронный ресурс] – Электронные данные – Режим доступа: <http://www.styleadvisor.ru/moda-i-stil/modnyi-garderob/103.html>.

*Зеневич Елисей Александрович, студент ИЭФ БГУИР, el.sport.BMW@gmail.com.  
Пелеванюк Ольга Ивановна, студентка ИЭФ БГУИР, olgapelevanuyk@mail.ru.  
Научный руководитель: Качалов Игорь Леонидович, к.ист.н., доцент, kachalov@bsuir.by.*