

Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2025. Т. 31, № 4. С. 132–138. ISSN 2073-1426

Vestnik of Kostroma State University. Series: Pedagogy. Psychology. Sociokinetics, 2025, vol. 31, no. 4, pp. 132–138.

ISSN 2073-1426

Научная статья

5.3.5. Социальная психология, политическая и экономическая

УДК 159.922.7

EDN HWASIE

<https://doi.org/10.34216/2073-1426-2025-31-4-132-138>

ПОЛОВЫЕ И ВОЗРАСТНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ДЕМОНСТРАТИВНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ В ПОДРОСТКОВОМ И ЮНОШЕСКОМ ВОЗРАСТЕ

Смирнова Ольга Сергеевна, Костромской машиностроительный техникум, Россия, Кострома, Eva.juck@yandex.ru,
<https://orcid.org/0009-0000-6880-3625>

Аннотация. Статья посвящена исследованию демонстративного потребления как социально-психологического феномена в подростково-юношеской среде. Эмпирическое исследование, проведенное на выборке девушек и юношей подросткового (14–16 лет) и юношеского (18–20 лет) возраста ($N = 150$) с помощью методик «Демонстративное потребление» (Н.К. Радина, Н.В. Шайдакова, 2013) и «Опросника академической саморегуляции» (Р. Райана и Дж. Коннелла, 1989, в адаптации Т.О. Гордеевой, В.А. Барановой, 2020), выявило взаимосвязь между демонстративным потреблением и учебной мотивацией. Установлено, что при общем сходстве уровня демонстративного потребления в разных возрастных и половых группах обнаружены качественные различия в характере его связи с учебной мотивацией. У юношей выявлена поведенчески-ориентированная связь между практикой демонстративного потребления и интроецированной учебной мотивацией ($r = 0,218$, $p < 0,03$), тогда как у девушек обнаружены более сильные когнитивно-ценностные связи – как между общей выраженностью демонстративного потребления и интроецированной мотивацией ($r = 0,319$, $p < 0,022$), так и между способностью его распознавать и учебной мотивацией ($r = 0,302$, $p < 0,031$). Полученные результаты раскрывают специфику регуляторных механизмов потребительского и учебного поведения молодежи, основанных на ориентации на социальное одобрение, и могут быть использованы в разработке программ психолого-педагогического сопровождения образовательного процесса.

Ключевые слова: демонстративное потребление, учебная мотивация, подростковый возраст, юношеский возраст, половые различия, экономическая социализация.

Для цитирования: Смирнова О.С. Половые и возрастные характеристики демонстративного потребления в подростковом и юношеском возрасте // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2025. Т. 31, № 4. С. 132–138. <https://doi.org/10.34216/2073-1426-2025-31-4-132-138>

Research Article

SEXUAL AND AGE-RELATED CHARACTERISTICS OF DEMONSTRATIVE CONSUMPTION IN ADOLESCENCE AND YOUTH

Olga S. Smirnova, Kostroma Engineering College, Russia, Kostroma, Eva.juck@yandex.ru, <https://orcid.org/0009-0000-6880-3625>

Abstract. The article is devoted to the study of conspicuous consumption as a socio-psychological phenomenon among adolescents and young adults. An empirical study conducted on a sample of adolescent (14–16 years old) and young adult (18–20 years old) girls and boys ($N = 150$) using the methods “Conspicuous Consumption” (N.K. Radina, N.V. Shaidakova, 2013) and “Academic Self-Regulation Questionnaire” (R. Ryan and J. Connell, 1989, as adapted by T.O. Gordeeva, V.A. Baranova, 2020) revealed a relationship between conspicuous consumption and academic motivation. It was found that with a general similarity in the level of conspicuous consumption in different age and gender groups, qualitative differences were found in the nature of its relationship with academic motivation. In boys, a behaviorally oriented relationship was found between the practice of conspicuous consumption and introjected academic motivation ($r = 0.218$, $p < 0.03$), while in girls, stronger Cognitive-value relationships were found—both between the overall severity of conspicuous consumption and introjected motivation ($r = 0.319$, $p < 0.022$), and between the ability to recognize it and academic motivation ($r = 0.302$, $p < 0.031$). The results obtained reveal the specific regulatory mechanisms of young people’s consumer and academic behavior based on a focus on social approval and can be used in the development of programs for psychological and pedagogical support of the educational process.

Keywords: conspicuous consumption, academic motivation, adolescence, young adulthood, gender differences, economic socialization.

For citation: Smirnova O.S. Gender and age characteristics of demonstrative consumption in adolescence and early adulthood. Vestnik of Kostroma State University. Series: Pedagogy. Psychology. Sociokinetics, 2025, vol. 31, no. 4, pp. 132–138. <https://doi.org/10.34216/2073-1426-2025-31-4-132-138>

Актуальность темы обусловлена масштабным заметным резонансом, который в современной России вызывает феномен демонстративного потребления. Его стремительное распространение стало прямым следствием перехода страны к рыночной экономике. За исторически краткий срок это спровоцировало глубокую трансформацию общественного сознания и повседневных практик. Результатом стало формирование не просто общества потребления, а его гипертрофированной версии, где ключевыми доминантами выступают избыточность, нарочитая престижность и тотальное доминирование символической ценности вещей над их утилитарной функцией.

Понятие демонстративного потребления прочно вошло в категориальный аппарат социально-гуманитарных наук, находя применение в исследованиях экономистов, социологов и философов. Оно описывает модель поведения, при которой ключевым мотивом приобретения благ является демонстрация социального статуса. Несмотря на прямую связь с экономикой, в современном обществе этот феномен выходит далеко за рамки удовлетворения утилитарных нужд. Ярким примером служит модель, в рамках которой люди приобретают товары для демонстрации статуса и социального соперничества [Лунт: 8].

Несмотря на широкую распространенность установок на демонстративное потребление в современном обществе, их конкретные проявления и интенсивность варьируются в широких пределах. Принципиальное отличие демонстративного потребления в подростково-юношеской среде от его проявлений во взрослости заключается в его целевой функции и референтной основе. Для подростков и юношей оно является одним из инструментов ингрупповой идентификации и интеграции в референтную группу, где ключевую роль играют механизмы подражания и социального одобрения. Его характер часто импульсивен и ориентирован на актуальные тренды. Во взрослом возрасте демонстративное потребление в большей степени служит стратификационным маркером, инструментом символического обозначения достигнутого социального статуса, экономического капитала и профессиональной успешности. Его проявления более рационализированы и направлены на укрепление позиций в рамках вертикальной социальной иерархии, а не только на горизонтальные связи [Лунт: 9].

Что касается формирования потребительских установок в подростковой среде, то здесь ключевую роль играет влияние ближайшего социального окру-

жения. Как показано в работе Б.Г. Ребзуева и А.А. Савельевой, подростки усваивают социальные мотивы потребления преимущественно в группах сверстников, которые служат главным каналом распространения информации о товарах и услугах [Ребзуев, Савельева: 138]. При этом, по данным исследования, СМИ оказывают в основном негативное влияние на формирование экономических мотивов подросткового потребления [Калинин: 45]. Переходя от конкретных каналов социализации к ее структурным компонентам, следует обратиться к модели Б. Стаси, который выделяет четыре ключевых аспекта экономической социализации: деньги, собственность, социальная дифференциация и социоэкономическое поведение. Возрастная периодизация этого процесса, по мнению автора, включает пять этапов: 1) 4–6 лет – формирование элементарных понятий о деньгах и покупках; 2) 6–8 лет – осознание взаимосвязи между трудом и деньгами, развитие понимания денежной системы; 3) 7–9 лет – возникновение понимания ценности денег и начальных, нерасчлененных представлений о богатстве и бедности; 4) 10–12 лет – развитие способности строить экономические отношения на основе функциональных соображений; 5) 13–15 лет – осознание социально-экономического неравенства и положения своей семьи в социальной структуре, что приближает экономическую картину мира подростка к взрослой [Blatant benevolence: 13].

Формирование экономического сознания не завершается в подростковом возрасте, а продолжается на протяжении жизни. Как подчеркивает О.Г. Посыпанова, особенно остро необходимость экономической социализации проявляется у взрослых, вынужденных адаптироваться к кардинальным изменениям при переходе от плановой экономики к рыночной. При этом исследователь отмечает, что у поколения, сформировавшегося уже в постсоветский период, этот процесс в зрелом возрасте будет выражен значительно слабее или может отсутствовать вовсе [Посыпанова: 116].

Однако экономическая социализация представляет лишь один аспект более широкого процесса становления личности. Не менее важную роль в формировании потребительского поведения играет гендерная социализация, которую в отечественной и зарубежной науке, наряду с этнической и профессиональной, относят к «первичным» видам социализации. Именно на ее основе формируется социальная идентичность, находящая выражение в специфиче-

ских маркерах – потребляемых материальных объектах [Радина: 45].

Несмотря на теоретическую значимость этой проблемы, половые аспекты демонстративного потребления в отечественной науке остаются малоизученными. Имеющиеся работы носят скорее фрагментарный характер: так, Д.С. Дронов анализирует гендерные особенности потребления престижных ювелирных изделий [Дронов: 14], а в НИУ ВШЭ исследуются гендерные различия в демонстративном потреблении [Шайдакова, Радина: 25]. В отличие от российской науки, зарубежные исследователи активно разрабатывают эту тему, изучая взаимосвязь между гендерной идентичностью и демонстративным потребительским поведением [Griskevicius: 85].

Сложившийся дисбаланс в изучении проблемы – между разработанностью темы в зарубежной науке и ее фрагментарностью в отечественной – актуализирует необходимость целенаправленного исследования возрастной и половой специфики демонстративного потребления. Такой подход позволит выявить новые аспекты формирования потребительского поведения молодежи и восполнить существующий пробел в научном знании.

Цель – исследовать специфику проявления структурных компонентов демонстративного потребления в группах, различающихся по полу (юноши/девушки) и возрасту (подростки/юноши), а также установить особенности взаимосвязи демонстративного потребления с учебной мотивацией у юношей и девушек.

Гипотеза – выраженность демонстративного потребления, включая когнитивный (ориентация на распознавание паттернов), установочный (общая установка) и поведенческий (непосредственный опыт) компоненты, имеет половую и возрастную специфику, включая характер и направленность взаимосвязей демонстративного потребления с учебной мотивацией.

Методический комплекс. Диагностика сформированности демонстративного потребления как социально-психологического феномена у респондентов была проведена с помощью методики «Демонстративное потребление» (Н.К. Радина, Н.В. Шайдакова, 2013). Нас интересовала ориентация респондентов

на распознавание и оценку демонстративного потребления, а также сформированность общей установки на демонстративное потребление, наличие представлений о демонстративном потреблении и их оценка, а также наличие опыта показного потребления у испытуемых, возрастные и половые особенности. Методика включала шкалы, оценивающие: 1) ориентацию на распознавание демонстративного потребления; 2) оценку демонстративного потребления; 3) общую установку на демонстративное потребление; 4) представления о демонстративном потреблении; 5) опыт демонстративного потребления.

Выборка исследования. Для достижения поставленной цели и решения исследовательских задач в соответствии с выделенными и обоснованными критериями отбора была сформирована выборка. Выборку исследования составили обучающиеся техникумов города Костромы. Общий объем выборки составляет 150 студентов: 100 молодых людей и 50 девушек в возрасте от 14 до 20 лет (юношей и девушек). По *возрастному критерию* респонденты были разделены на две эмпирические группы: 14–16 лет – подростковый возраст ($n = 67$), группа 18–20 лет – юношеский возраст ($n = 83$); по *критерию пола*: группа юношей ($n = 99$), группа девушек ($n = 51$).

Основные результаты. Первоначальный анализ данных был направлен на сравнение выраженности компонентов демонстративного потребления в зависимости от возраста и пола респондентов (табл. 1).

Данные, представленные в таблице 1, свидетельствуют об отсутствии значимых различий в выраженности компонентов демонстративного потребления между подростками (14–16 лет) и молодыми людьми (18–20 лет). Средние значения по шкалам «Распознавание показного потребления», «Практика показного потребления» и «Общая установка на показное потребление» близки в двух группах, что говорит о схожем уровне проявления демонстративного потребления (рис. 1).

В эмпирических группах показатели по шкале «Распознавание демонстративного потребления» несколько выше результатов по шкале «Практика демонстративного потребления». Это свидетельствует о том, что респонденты, независимо от возраста, спо-

Таблица 1

Средние данные выраженности компонентов демонстративного потребления у респондентов в подростковом и юношеском возрасте по возрасту

Наименование шкал	Распознавание показного потребления		Практика показного потребления		Общая установка на показное потребление
	М	SD	М	SD	
Общая выборка	16,59	2,73	14,51	2,46	31,1
Группа 14–16 лет	16,40	2,69	14,43	2,196	30,83
Группа 18–20 лет	16,74	2,76	14,57	2,678	31,31

Рис. 1. Результаты сравнительного анализа методики «Демонстративное потребление» (Н.К. Радина, Н.В. Шайдакова) по возрасту

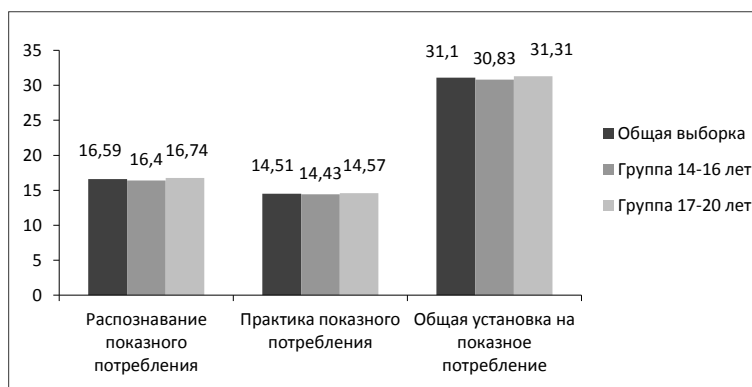


Таблица 2

Средние данные компонентов демонстративного потребления у респондентов по полу

Наименование шкал	Распознавание показного потребления		Практика показного потребления		Общая установка
	M	SD	M	SD	
Общая выборка	16,59	2,73	14,51	2,46	31,1
Юноши	16,56	2,74	14,43	2,53	30,99
Девушки	16,64	2,726	14,66	2,35	31,31

Таблица 3

Результаты корреляционного анализа в группе юношей (n = 99)

Переменные	Коэффициент корреляции (r)	Значимость (p)
Возраст/познавательная мотивация	0,202*	0,045
Возраст/экстернальная мотивация	-0,198*	0,050
Практика показного потребления/интроецированная мотивация	0,218*	0,03

Примечание: * – корреляция значима на уровне 0,05 (2-сторонняя).

способны идентифицировать демонстративные потребительские стратегии и понимают их статусную природу, даже несмотря на менее выраженную склонность к их непосредственной реализации в повседневном поведении. Данное расхождение между когнитивным пониманием и реальными практиками позволяет предположить наличие сдерживающих факторов, которые требуют дальнейшего изучения в контексте формирования потребительских установок.

На следующем этапе были соотнесены средние значения выраженности компонентов демонстративного потребления в группах девушек и юношей (табл. 2).

Результаты исследования, представленные в таблице 2, свидетельствуют о слабо выраженных половых различиях в сформированности демонстративного потребления. Как видно из данных, средние значения по всем шкалам у юношей и девушек находятся в близком диапазоне. По шкале «Распознавание показного потребления» показатели практически идентичны (16,56 у юношей и 16,64 у девушек), что указывает на схожий уровень понимания и идентификации демонстративного потребления в обеих группах.

Незначительное преобладание средних значений наблюдается у девушек по шкалам «Практика показного потребления» (14,66 против 14,43 у юношей) и «Общая установка на показное потребление» (31,31 против 30,99 у юношей). Однако эти различия являются минимальными и незначимыми, что подтверждается результатами сравнительного анализа по U-критерию Манна – Уитни. Полученные данные позволяют сделать вывод о схожем уровне проявления демонстративного потребления как у юношей, так и у девушек в исследуемой выборке.

Проведенный далее корреляционный анализ выявил ряд значимых связей между показателями демонстративного потребления и типами учебной мотивации у юношей (табл. 3) и девушек (табл. 4).

В группе юношей обнаружена положительная корреляция между возрастом и их познавательной мотивацией ($r = 0,202$, $p < 0,05$). Это свидетельствует о том, что с возрастом у юношей возрастает интерес к учебе, стремление к образованию ради собственного развития. Выявлена отрицательная корреляция между возрастом юношей и их экстернальной мотивацией ($r = -0,198$, $p < 0,05$), это означает, что с воз-

Результаты корреляционного анализа в группе девушек (n = 51)

Переменные	Коэффициент корреляции (r)	Значимость (p)
Демонстративность потребления/интроецированная мотивация	0,319*	0,022
Распознавание показного потребления/интроецированная мотивация	0,302*	0,031

Примечание: * – корреляция значима на уровне 0,01 (2-сторонняя).

растом снижается влияние внешних стимулов на их учебную деятельность. Юноши старшего возраста становятся менее зависимыми от внешних одобрений.

Статистический анализ выявил положительную корреляцию между склонностью к демонстративному потреблению и интроецированной мотивацией у юношей ($r = 0,218$, $p < 0,03$). Это позволяет предположить, что учебная деятельность для данной группы респондентов может быть связана с внутренним давлением: потребностью соответствовать «должным» стандартам, поддерживать самооценку и избегать чувства вины. Таким образом, учеба рассматривается ими не столько как источник интереса или личностного роста, сколько как способ соответствия внешним ожиданиям.

На основании полученных данных можно заключить, что с возрастом у юношей меняется мотивационная структура учебной деятельности. Влияние внешних стимулов ослабевает, а внутренняя познавательная мотивация становится более значимой. Для юношей, склонных к демонстративному потреблению, учебная деятельность может быть способом поддержания определенного статуса, достижения цели, повышения собственной значимости в глазах сверстников, это проявляется в связи между практикой показного потребления и интроецированной мотивацией.

Результаты корреляционного анализа в группе девушек выявили следующие статистически значимые взаимосвязи (табл. 4).

Корреляционный анализ также выявил статистически значимые связи между демонстративным потреблением и интроецированной учебной мотивацией у девушек. Установлена положительная корреляция как между общей выраженностью демонстративного потребления и интроецированной мотивацией ($r = 0,319$, $p < 0,022$), так и между способностью распознавать демонстративное потребление и этим типом мотивации ($r = 0,302$, $p < 0,031$).

Полученные результаты позволяют заключить, что девушки, ориентированные на демонстративное потребление, в своей учебной деятельности в большей степени руководствуются внутренним давлением: стремлением избежать чувства вины, поддержать самооценку и соответствовать ожиданиям. Примечательно, что даже развитая способность распознавать

статусные потребительские стратегии у других связана с аналогичным, в большей степени вынужденным, типом учебной мотивации.

Полученные схожие в группах девушек и юношей результаты свидетельствуют о существовании общего механизма регуляции поведения, основанного на ориентации на внешнее одобрение и социальные нормы.

Можно предположить, что для данной группы респондентов характерен специфический когнитивно-поведенческий паттерн, при котором как учебная деятельность, так и потребительское поведение регулируются не внутренними интересами или осознанной необходимостью, а потребностью в социальном подтверждении и избегании негативных переживаний. Особенно показательной является связь между способностью распознавать демонстративное потребление и интроецированной мотивацией. Это может указывать на то, что развитое понимание статусных механизмов потребления не становится защитой от их влияния, а, напротив, сопровождается аналогичной по характеру мотивацией в учебной деятельности.

На основании проведенного эмпирического исследования сформированности и выраженности компонентов демонстративного потребления у молодежи можно сделать следующие выводы. Во-первых, возрастной анализ не выявил статистически значимых различий между подростками 14–16 лет и молодыми людьми 18–20 лет, что свидетельствует о стабильности изучаемого феномена на протяжении этих возрастных периодов. Во-вторых, сравнение по половому критерию показали минимальные различия между юношами и девушками, хотя у последних отмечается незначительное преобладание показателей по шкалам практики демонстративного потребления и общей установки на его использование.

Наиболее содержательные результаты были получены в ходе корреляционного анализа, который выявил устойчивые, но различные по смысловой нагрузке связи между демонстративным потреблением и учебной мотивацией у юношей и девушек. Ключевое содержательное отличие заключается в том, какой аспект демонстративного потребления связан с мотивацией.

У юношей значимая, хотя и умеренная корреляция была обнаружена исключительно между реальной практикой демонстративного потребления и ин-

троецированной мотивацией ($r = 0,218$, $p < 0,03$). Это позволяет интерпретировать связь как «поведенчески-ориентированную»: внутреннее давление в учебе (чувство долга, вины) актуализируется у тех юношей, кто уже активно вовлечен в демонстративное потребление как в социальную практику. Их мотивация подпитывается конкретными действиями по поддержанию статуса. Напротив, у девушек выявлены более сильные и комплексные связи. Интроецированная мотивация коррелирует не только с общей выраженностью феномена, но и со способностью его распознавать. Это указывает на «когнитивно-ценностную» природу связи. Для девушек оказалось значимым не только внешнее демонстративное поведение, но и сам факт осознания статусных механизмов в потреблении. Можно предположить, что их учебная мотивация, основанная на долженствовании и избегании чувства вины, тесно переплетена с более глубокой и рефлексивной ориентацией на социальные нормы и ожидания. Таким образом, у девушек интроецированная мотивация оказывается встроенной в более широкую систему социального познания, в то время как у юношей она связана с конкретными поведенческими паттернами.

Теоретическая значимость данного исследования заключается в установлении и описании общего регуляторного механизма, связывающего потребительское и учебное поведение через ориентацию на социальное одобрение.

К ограничениям работы следует отнести объем выборки ($n = 150$) и ее возрастную однородность, что определяет перспективы дальнейших исследований через расширение выборки, включение дополнительных переменных, что позволит не только повысить репрезентативность выводов, но и выявить дополнительные предикторы изучаемого феномена. Кроме того, лонгитюдный дизайн будущих исследований даст возможность проследить траекторию трансформации демонстративного потребления на разных этапах социализации и установить дополнительные причинно-следственные связи.

Список литературы

Дронов Д.С., Дронова Н.Д. Влияние социально-экономических факторов на инвестиционную привлекательность драгоценных камней и ювелирных изделий // Имущественные отношения в РФ. 2010. № 8. С. 98–104. URL: <https://rucont.ru/efd/498881> (дата обращения: 26.10.2025).

Калинин А.С. Общество потребления как предмет социально-философского исследования: дис. ... канд. филос. наук. Кострома, 2009. 164 с.

Лунт П. Психологические подходы к потреблению: вчера, сегодня, завтра // Иностранная психология. 1987. № 9. С. 8–16.

Посыпанова О.С. Особенности мотивации демонстративного потребления провинциальной молодежи // Социальная психология и общество. Вып. 4 (3). С. 116–129. URL: https://psyjournals.ru/journals/sps/archive/2013_n3/62159 (дата обращения: 15.10.2025).

Радина Н.К. Психологические аспекты социализации личности: к вопросу о моделях классификации видов социализации // Психологическая наука и образование. 2005. № 1. С. 45–50.

Рассадина Т.А. Демонстративное потребление в ранней юности: гендерный аспект // Социум и жизненное пространство личности (междисциплинарные аспекты): сб. ст. VI Междунар. науч.-практ. конф.; Пенза, 28–29 марта 2023 г. / под ред. Е.В. Ереминой, В.Ф. Мухамеджановой. Пенза: Приволжский Дом знаний, 2023. С. 105–110.

Ребзуев Б.Г., Савельева А.А. Потребительское поведение подростков // Вопросы психологии. 2006. № 2. С. 138–147.

Свешникова П.С. Демонстративное потребление молодежи как проблема современного общества // Цифровая социализация и цифровая компетентность в условиях глобальных системных изменений: технологии регулирования, риски, сценарии: VI Междунар. конф.; Казань, 18–19 мая 2023 г. Казань: Изд-во Казанского ун-та, 2023. С. 317–322.

Смирнова О.С. Демонстративное потребление как способ удовлетворения потребности в самоутверждении // Ярославская психологическая школа: актуальные проблемы практической психологии: материалы Всерос. науч.-практ. форума; Ярославль, 10 окт. 2020 г. / под ред. А.В. Карпова. Ярославль: Филигрань, 2020. С. 273–277.

Общая психология: учебник / Л.Д. Столяренко, С.И. Самыгин, А.М. Шевченко, В.С. Бурмистров. Ростов-на-Дону: Феникс, 2025. 439 с.

Шайдакова Н.В., Радина Н.К. Гендерный анализ демонстративного потребления // Российская гендерная история с «юга» на «запад»: прошлое определяет настоящее: материалы VI Междунар. науч. конф. РАИЖИ и ИЭА РАН; Нальчик, 3–6 окт. 2013 г. / Кабардино-Балк. гос. ун-т. Нальчик, 2013. Т. 2. С. 25–27.

Эмоционально-личностные и метакогнитивные предикторы психологического благополучия студентов в современных условиях / Е.Г. Денисова, П.Н. Ермаков, И.В. Абакумова, Н.В. Сылка // Психологическая наука и образование. 2022. Т. 27, № 5. С. 85–96.

Beyond by Lexus. 2013–2014. № 2. URL: http://content.lexus-russia.ru/pdf/magazine/Lexus_winter_2013.pdf (дата обращения: 15.10.2025).

Blatant benevolence and conspicuous consumption: when romantic motives elicit strategic costly signals, V. Griskevicius, J.M. Sundie, G.F. Miller, J.M. Tybur, R.B. Cialdini, D.T. Kenrick. Journal of Personality and Social Psychology, 2007, no. 93 (1), pp. 85–102.

References

- Dronov D.S., Dronova N.D. *Vlijanie social'no-jekonomiceskikh faktorov na investicionnuju privlekatel'nost' dragocennykh kamnej i juvelirnykh izdelij* [The Influence of Socio-Economic Factors on the Investment Attractiveness of Precious Stones and Jewelry]. *Imushchestvennye otnosheniya v RF* [Property Relations in the Russian Federation], 2010, no. 8, pp. 98–104. URL: <https://rucont.ru/efd/498881> (access date: 26.10.2025).
- Jemocional'no-lichnostnye i metakognitivnye prediktory psihologicheskogo blagopoluchija studentov v sovremennykh usloviyakh*, [Emotional-Personal and Metacognitive Predictors of Students' Psychological Well-Being in Modern Conditions], E.G. Denisova, P.N. Ermakov, I.V. Abakumova, N.V. Sylka. *Psihologicheskaja nauka i obrazovanie* [Psychological Science and Education], 2022, vol. 27, no. 5, pp. 85–96.
- Kalinin A.S. *Obshchestvo potrebleniya kak predmet social'no-filosofskogo issledovaniya: dis. ... kand. filos. nauk* [Consumer society as a subject of socio-philosophical research: dis. ... Candidate of Philosophy Sciences]. Kostroma, 2009, 164 p.
- Lunt P. *Psihologicheskie podhody k potrebleniju: vchera, segodnja, zavtra* [Psychological approaches to consumption: yesterday, today, tomorrow]. *Inostrannaja psihologija* [Foreign psychology], 1987, no. 9, pp. 8–16.
- Obshhaja psihologija: uchebnik* [General Psychology: textbook], L.D. Stoljarenko, S.I. Samygin, A.M. Shevchenko, V.S. Burmistrov. Rostov-on-Don, Phoenix LLC, 2025, 439 p.
- Posypanova O.S. *Osobennosti motivacii demonstrativnogo potrebleniya provincial'noj molodezhi* [Features of Motivation of Demonstrative Consumption of Provincial Youth]. *Social'naja psihologija i obshchestvo* [Social Psychology and Society], vol. 4 (3), pp. 116–129. URL: https://psyjournals.ru/journals/sps/archive/2013_n3/62159 (access date: 15.10.2025).
- Radina N.K. *Psihologicheskie aspekty socializacii lichnosti: k voprosu o modeljah klassifikacii vidov socializacii* [Psychological Aspects of Personality Socialization: On the Classification Models of Types of Socialization]. *Psihologicheskaja nauka i obrazovanie* [Psychological Science and Education], 2005, no. 1, pp. 45–50.
- Rassadina T.A. *Demonstrativnoe potreblenie v rannej junosti: gendernyj aspekt* [Demonstrative Consumption in Early Youth: Gender Aspect]. *Socium i zhiznennoe prostranstvo lichnosti (mezhdisciplinarnye aspekty): sb. st. VI Mezhdunar. nauch.-prakt. konf.; Penza, 28–29 marta 2023 g.* [Society and Personal Life Space (Interdisciplinary Aspects): collection of Articles of the VI International Scientific and Practical Conference; Penza, March 28–29, 2023], ed. by E.V. Eremina, V.F. Mukhamedzhanova. Penza, Privolzhsky House of Knowledge Publ., 2023. pp. 105–110.
- Rebzuev B.G., Savelyeva A.A. *Potrebitel'skoe povedenie podrostkov* [Consumer Behavior of Teenagers]. *Voprosy psihologii* [Voprosy Psikhologii], 2006, no. 2, pp. 138–147.
- Smirnova O.S. *Demonstrativnoe potreblenie kak sposob udovletvoreniya potrebnosti v samoutverzhdenii* [Demonstrative Consumption as a Way of Meeting the Need for Self-Assertion]. *Yaroslavskaya psihologicheskaya shkola: aktual'nye problemy prakticheskoy psihologii: materialy Vseros. nauch.-prakt. foruma; Yaroslavl', 10 okt. 2020 g.* [Yaroslavl Psychological School: Current Issues in Practical Psychology: Proceedings of the All-Russian Scientific and Practical Forum, Yaroslavl, October 10, 2020], ed. by A.V. Karpov. Yaroslavl, Filigran Limited Liability Company Publ., 2020, pp. 273–277.
- Sveshnikova P. S. *Demonstrativnoe potreblenie molodezhi kak problema sovremennogo obshchestva* [Demonstrative consumption of youth as a problem of modern society]. *Cifrovaja socializacija i cifrovaja kompetentnost' v usloviyakh global'nykh sistemnykh izmenenij: tehnologii regulirovaniya, riski, scenarij: VI Mezhdunar. konf.; Kazan', 18–19 maja 2023 g.* [Digital socialization and digital competence in the context of global systemic changes: regulatory technologies, risks, scenarios: VI International Conference; Kazan, May 18–19, 2023]. Kazan, Kazan University Press Publ., 2023, pp. 317–322.
- Shaidakova N.V., Radina N.K. *Gendernyj analiz demonstrativnogo potrebleniya* [Gender Analysis of Conspicuous Consumption]. *Rossijskaja gendernaja istorija s «juga» na «zapad»: proshloe opredeljaet nastojashhee: materialy VI Mezhdunar. nauch. konf. RAIZhI i IJeA RAN''; Nal'chik, 3–6 okt. 2013 g., Kabardino-Balk. gos. un-t.* [Russian Gender History from the South to the West: The Past Determines the Present: Proceedings of the Sixth International Scientific Conference of the Russian Association for the Study of Women's History and the Institute of Ethnology and Anthropology of the Russian Academy of Sciences''; Nalchik, October 3–6, 2013; Kabardino-Balkarian State University]. Nalchik, 2013, vol. 2, pp. 25–27.

Статья поступила в редакцию 04.09.2025; одобрена после рецензирования 20.09.2025; принята к публикации 20.09.2025.

The article was submitted 04.09.2025; approved after reviewing 20.09.2025; accepted for publication 20.09.2025.