

Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2026. Т. 32, № 2. С. 108–113. ISSN 2073-1426

Vestnik of Kostroma State University. Series: Pedagogy. Psychology. Sociokinetics, 2026, vol. 32, no. 2, pp. 108–113.

ISSN 2073-1426

Научная статья

5.3.5. Социальная психология, политическая и экономическая

УДК 159.922.8

EDN SNFEDP

<https://doi.org/10.34216/2073-1426-2026-32-2-108-113>

ВОЗРАСТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ДЕМОНСТРАТИВНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ У ПОДРОСТКОВ, ЮНОШЕЙ И ВЗРОСЛЫХ

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

Аннотация. В статье представлен сравнительный анализ демонстративного потребления у подростков, юношей (14–20 лет, N=150) и взрослых (22–40 лет, N=65). На основе двух эмпирических исследований, объединенных единым методическим инструментарием (Смирнова О.С., N=150; Кашникова Л.Г., N=65), сопоставлены показатели установки на демонстративное потребление, его распознавания и поведенческой практики, а также половые различия в разных возрастных группах. Установлено, что взрослые демонстрируют более высокие значения общей установки и практической реализации демонстративного потребления, тогда как в группе 14–20 лет преобладает когнитивный компонент – способность распознавать паттерны демонстративного поведения. Выявлена возрастная специфика половых различий: у взрослых мужчин демонстративное потребление сопряжено с финансовой компенсацией и стратегиями самопродвижения, у юношей – с интроецированной учебной мотивацией; у взрослых женщин феномен тесно связан с позитивным самоотношением, у девушек – с когнитивно-ценностной ориентацией на социальное одобрение.

Ключевые слова: демонстративное потребление (установка, распознавание, практика), возрастная и половая специфика, субъектность и саморегуляция, самоотношение и стратегии самопредъявления, субъективное экономическое благополучие

Для цитирования: Смирнова О.С. Возрастные особенности демонстративного потребления у подростков, юношей и взрослых // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2026. Т. 32, № 2. С. 108–113. <https://doi.org/10.34216/2073-1426-2026-32-2-108-113>

Research Article

AGE-RELATED CHARACTERISTICS OF CONSPICUOUS CONSUMPTION AMONG ADOLESCENTS, YOUTH, AND ADULTS

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

Abstract. The article presents a comparative analysis of conspicuous consumption in two age cohorts: adolescents and young adults aged 14–20 (N=150) and adults aged 20–40 (N=65). Using data from two empirical studies that shared a common methodological toolkit (Smirnova O.S., N=150; Kashnikova L.G., N=65), the study compares measures of attitude toward conspicuous consumption, recognition of its patterns, and behavioral practice, as well as sex-related differences at different life stages. Adults showed higher scores on overall attitude and behavioral practice of conspicuous consumption, while the 14–20 age group was characterised by a predominance of the cognitive component the capacity to recognise patterns of conspicuous behaviour. Age-specific sex differences were identified: adult men associated conspicuous consumption with financial compensation and self-promotion strategies, whereas younger males linked it to introjected academic motivation; adult women showed a close connection between the phenomenon and positive self-attitude, while girls demonstrated a cognitive-evaluative orientation toward social approval.

Keywords: conspicuous consumption (attitude, recognition, practice), age and sex specificity, subjectivity and self-regulation, self-attitude and self-presentation strategies, subjective economic well-being.

For citation: Age-related characteristics of conspicuous consumption among adolescents, youth, and adults. Vestnik of Kostroma State University. Series: Pedagogy. Psychology. Sociokinetics, 2026, vol. 32, № 2, pp. 108–113 (In Russ.). <https://doi.org/10.34216/2073-1426-2026-32-2-108-113>

Феномен демонстративного потребления, введенный в научный оборот Т. Вебленом еще в конце XIX века, не утратил своей актуальности и в современных социально-психологических исследованиях. В процессе стремительного развития информационного общества и расширения поведенческих паттернов потребителей этот феномен приобрел новые формы проявления и получил широкое распространение среди разных возрастных групп [Шабанова: 10]. Вместе с тем в социально-психологической науке явно недостаточно сравнительных работ, позволяющих выявить специфику демонстративного потребления на разных возрастных этапах.

Принципиальный вопрос состоит в том, является ли демонстративное потребление единым феноменом, лишь принимающим разные внешние формы у людей разного возраста, или его психологическая природа качественно различается в зависимости от этапа жизненного пути?

Есть данные о том, что в подростковом и юношеском возрасте демонстративное потребление рассматривается как инструмент самоутверждения, поиска идентичности и ингрупповой интеграции [Рассади-на: 6], тогда как во взрослом возрасте оно выполняет функции символического обозначения социального и экономического статуса [Радина: 5]. Несмотря на эту констатацию по-прежнему отсутствует целостная картина возрастной динамики этого феномена. Рассматриваемое содержательное различие определяет научную проблему настоящей работы.

Данное исследование сфокусировано на сопоставлении результатов двух работ, реализованных в рамках одного научного направления. Наше исследование посвящено демонстративному потреблению как стратегии самоутверждения в подростковом и юношеском возрасте (14–20 лет) [Смирнова: 7]. Ранее проведенное в Костромском государственном университете исследование Л.Г. Кашниковой ориентировано на специфику демонстративного потребления у взрослых (20–40 лет) с точки зрения самопредъявления и субъективного экономического благополучия [Кашникова: 1]. Методическую основу обеих работ составляет единый количественный инструмент – методика «Демонстративное потребление» Н.К. Радиной и Н.В. Шайдаковой [Радина: 5], что создает корректную базу для сравнительного анализа. Для углубленного понимания возрастных изменений мы также использовали данные структурированных интервью, что позволило выйти за рамки формальных показателей и зафиксировать содержательные различия в паттернах демонстративного потребления.

Цель – выявить возрастную и половую специфику демонстративного потребления, включая особенности его показателей (установка, распознавание,

практика) и их связей с личностными переменными, у подростков (14–16 лет), юношей (17–20 лет) и взрослых (20–40 лет).

Основная гипотеза: возрастная и половая специфика демонстративного потребления проявляется не только в уровне выраженности его показателей (установка, распознавание, практика), но и в качественном своеобразии их связей с личностными переменными.

Частные гипотезы:

1. У подростков и юношей (14–20 лет) в структуре демонстративного потребления может быть более выражен когнитивный паттерн (установка/распознавание), а сам феномен преимущественно связан с субъектностью, саморегуляцией и стратегиями самоутверждения.

2. У взрослых (20–40 лет) доминирует поведенческий паттерн (практика), а демонстративное потребление может быть связано со спецификой самоотношения, стратегиями самопредъявления и субъективным экономическим благополучием.

3. Существует половая специфика паттернов демонстративного потребления в разных возрастных группах.

Методический комплекс.

Для сопоставительного анализа были использованы данные двух самостоятельных эмпирических исследований.

Исследование 1 (Смирнова О.С., 2023–2025). Выборку составили 150 обучающихся техникумов города Костромы в возрасте 14–20 лет: подростковая группа – 14–16 лет ($n=67$), юношеская группа – 17–20 лет ($n=83$); по полу: юноши – 99 чел., девушки – 51 чел. Применялись методики: «Демонстративное потребление» (Н.К. Радина, Н.В. Шайдакова, 2014); «Уровень развития субъектности личности» (М.А. Щукина, 2004); академическая саморегуляция SRQ-A (Р. Райан, Дж. Коннелл, 1989, адаптация Т.О. Гордеевой, В.А. Барановой, 2020); методика исследования самоутверждения (Т.В. Дубовская, Е.А. Киреева, 2011).

Исследование 2 (Кашникова Л.Г., 2019–2022). Выборку составили 65 взрослых (30 женщин, 35 мужчин) в возрасте 20–40 лет. Применялись методики: «Демонстративное потребление» (Н.К. Радина, Н.В. Шайдакова, 2014); «Стратегии самопредъявления личности» (И.П. Шкуратова, 2010); методика изучения самоотношения МИС (В.В. Столин, С.Р. Пантеев, 1993); «Субъективное экономическое благополучие» (В.А. Хашченко, 2011).

Статистическая обработка данных в обоих исследованиях основывалась на дескриптивной статистике, корреляционном анализе (критерий Пирсона, критерий Спирмена), сравнительном анализе (критерий U Манна–Уитни, t -критерий Стьюдента). Обработ-

ка данных осуществлялась с использованием пакета статистических программ «IBM SPSS Statistics 26.0».

Основные результаты.

Сопоставление выраженности показателей демонстративного потребления у молодежи (14–20 лет) и взрослых (20–40 лет) позволяет выявить ряд специфических аспектов, представленные в таблице 1.

Данные таблицы 1 указывают на качественное различие в структуре демонстративного потребления у молодежи и взрослых. У подростков и юношей показатели общей установки находятся на среднем уровне и практически не различаются между двумя возрастными подгруппами (30,83 и 31,31 соответственно). В обеих группах значения по шкале «Распознавание» превышают значения по шкале «Практика», что свидетельствует о преобладании когнитивного освоения феномена над его поведенческой реализацией. Как ранее было отмечено в наших работах, в подростковом возрасте превалирует установочный компонент демонстративного потребления, а в юношеском начинает возрастать его практическая реализация [Смирнова: 7].

У взрослых разрыв между группами с высоким и низким уровнем установки значительно более выражен. Общая установка в группе с высоким уровнем составляет 47,0 у женщин и 41,6 у мужчин, в то время как в группе с низким уровнем 33,67 и 30,8 соответственно (различия статистически значимы при $p < 0,001$, критерий U Манна–Уитни) [Кашникова: 1]. Это является признаком большей дифференцированности феномена во взрослом возрасте вследствие того, что значительная часть взрослых формирует устойчивые паттерны демонстративного потребления как высокой, так и низкой интенсивности.

Сопоставление половых различий в проявлении феномена у молодежи и у взрослых является важным направлением дальнейшего анализа (таблица 2).

Анализ данных таблицы 2 позволяет выявить ряд принципиальных различий между половыми и возрастными группами.

У юношей (14–20 лет) демонстративное потребление положительно связано с интроецированной учебной мотивацией ($r = 0,218$; $p = 0,03$), что ука-

Таблица 1
Средние значения показателей демонстративного потребления в возрастных и половых группах (М)

Группа	Распознавание (М)	Практика (М)	Общая установка (М)
Юноши, вся выборка 14–20 лет (n=99)	16,56	14,43	30,99
Девушки, вся выборка 14–20 лет (n=51)	16,64	14,66	31,31
Взрослые женщины, высокий уровень ДП (n=12)	26,80	20,17	47,00
Взрослые женщины, низкий уровень ДП (n=18)	18,80	18,00	33,67
Взрослые мужчины, высокий уровень ДП (n=20)	23,90	17,60	41,60
Взрослые мужчины, низкий уровень ДП (n=15)	18,30	12,60	30,80

Примечание. Данные по подросткам и юношам [Смирнова: 7], данные по взрослым [Кашникова: 1]. Деление взрослых на группы высокого/низкого уровня выполнено по медиане общей установки на демонстративное потребление (метод крайних групп, критерий U Манна–Уитни, $p < 0,001$).

Таблица 2
Половые различия в структуре демонстративного потребления и его связях с личностными переменными

Параметр	Юноши 14–20 лет (n=99)	Девушки 14–20 лет (n=51)	Взрослые мужчины 20–40 лет (n=35)	Взрослые женщины 20–40 лет (n=30)
Соотношение компонентов ДП	Распознавание выше практики	Распознавание и практика сближены	Практика выше у группы с высоким уровнем ДП	Высокие значения обоих компонентов в группе с высоким ДП
Значимые корреляции ДП с личностными переменными	Целостность ($r = 0,260$, $p = 0,009$); самооценочность ($r = 0,224$, $p = 0,026$); интроецированная мотивация ($r = 0,218$, $p = 0,030$)	Интроецированная мотивация ($r = 0,319$, $p = 0,022$); распознавание и интроецированная мотивация ($r = 0,302$, $p = 0,031$)	Практика и финансовая депривированность ($r = 0,452$, $p = 0,006$); практика и субъективная адекватность доходов ($r = 0,395$, $p = 0,019$)	Общая установка: аутоэмпатия ($r = 0,618$, $p = 0,05$), самооценочность ($r = 0,578$, $p < 0,05$), самоуважение ($r = 0,527$, $p = 0,05$), отраженное самоотношение ($r = 0,559$, $p = 0,05$)
Связь ДП с конструктивным самоутверждением	Отрицательная ($r = -0,222$; $p = 0,027$)	Отрицательная ($r = -0,325$; $p = 0,020$)	Не выявлена	Не выявлена

Примечание. ДП – демонстративное потребление. Данные по юношам и девушкам [Смирнова: 7], данные по взрослым [Кашникова: 1].

зывает на роль внутреннего давления, связанного с стремлением соответствовать стандартам и избегать чувства вины в формировании потребительских паттернов. Одновременно выявлена положительная связь демонстративного потребления с компонентами субъектности целостностью ($r=0,260$; $p=0,009$) и самооценностью ($r=0,224$; $p=0,026$), что указывает на возможную роль данного феномена в утверждении субъектного статуса.

Конструктивное самоутверждение связано с демонстративным потреблением отрицательно ($r=-0,222$; $p=0,027$), так как чем более юноша ориентирован на продуктивные достижения, тем менее выражена его склонность к демонстративной модели поведения [Смирнова: 7].

У девушек (14–20 лет) связь демонстративного потребления с мотивационными переменными носит более сложный, когнитивно-ценностный характер поскольку интроецированная мотивация коррелирует как с практикой демонстративного потребления ($r=0,319$; $p=0,022$), так и с его распознаванием ($r=0,302$; $p=0,031$), что свидетельствует о глубокой интеграции статусно-потребительских ориентаций в систему социальных норм и самооценки. Конструктивное самоутверждение также связано с демонстративным потреблением отрицательно ($r=-0,325$; $p=0,020$) [Смирнова: 7].

У взрослых мужчин (20–40 лет) демонстративное потребление выполняет преимущественно компенсаторную функцию, так как модель их демонстративного потребления связана с финансовой депривированностью ($r=0,452$; $p=0,006$) вследствие более острого ощущения материальной несостоятельности и выраженной склонности к показным формам поведения.

Одновременно выявлена связь форм демонстративного потребления с субъективной адекватностью доходов ($r=0,395$; $p=0,019$). Мужчины, чьи доходы соответствуют их запросам, также склонны к демонстративному потреблению, однако уже статусно-репрезентативного, а не компенсаторного характера [Кашникова: 1].

У взрослых женщин (20–40 лет) демонстративное потребление тесно связано с позитивными составляющими Я-концепции: аутосимпатией ($r=0,618$; $p<0,05$), самооценностью ($r=0,578$; $p<0,05$), самоуважением ($r=0,527$; $p<0,05$) и отраженным самоотношением ($r=0,559$; $p<0,05$) [Кашникова: 1], что принципиально отличает взрослых женщин от девушек-подростков, у которых аналогичный феномен опосредован давлением социальных норм и интроецированной мотивацией.

Сравнительный анализ позволяет систематизировать функции демонстративного потребления по возрастным группам. В подростковом возрасте (14–16 лет) феномен существует преимущественно

но в форме когнитивной установки. В этот возрастной период молодые люди осваивают символический язык статусного потребления и формируют соответствующие представления, тогда как практическая реализация ограничена, в том числе финансово.

В юношеском возрасте (17–20 лет) демонстративное потребление начинает выполнять функцию самоутверждения, становясь компенсаторной стратегией в тех случаях, когда конструктивные формы самореализации оказываются недоступны [Смирнова, 7]. Во взрослом возрасте (20–40 лет) феномен проявляется в более сложных формах, так как для части людей он является инструментом статусной репрезентации, а для других компенсаторным механизмом переживания финансовой депривированности [Кашникова: 1].

Полученные данные вписываются в логику теории экономической социализации, согласно которой освоение экономических моделей поведения, от формирования понятий о деньгах и собственности до выработки устойчивых моделей потребительского поведения происходит постепенно на протяжении всей жизни [Лунт: 2]. В соответствии с моделью Б. Стаси, к возрасту 13–15 лет подросток уже осознает социально-экономическое неравенство и положение своей семьи, что создает базу для развития демонстративных потребительских установок, однако их поведенческая реализация формируется позднее [Посыпанова: 3].

С точки зрения теории социального сравнения Л. Фестингера, для подростков сравнение происходит преимущественно по горизонтали в пределах референтной группы сверстников, тогда как для взрослых оно носит более вертикальный характер, связанный с ориентацией на статусные группы [Флиер: 9]. Половая специфика феномена в разных возрастных группах подтверждает тезис Н.В. Шайдаковой о том, что демонстративное потребление российской молодежи связано не индивидуальными формами поведения, а со сложившимися социокультурными нормами [Радина: 4]. Тем не менее полученные данные дополняют эту закономерность, так как различия у молодежи в зависимости от пола носят прежде всего качественный характер, обусловленный различиями в мотивационных основаниях феномена, а не количественный, поскольку средние показатели по шкалам методики у юношей и девушек практически идентичны [Смирнова: 7].

Выявленная отрицательная связь между демонстративным потреблением и конструктивным самоутверждением в обеих половых группах молодежи согласуется с концепцией компенсаторного потребления, поскольку демонстративное потребление является механизмом преодоления барьеров к удовлетворению нематериальных потребностей. Для взрослых

мужчин эта интерпретация подтверждается наличием связи с финансовой депривированностью [Кашникова: 1]. В контексте общей проблематики А.Я. Флиер рассматривает феномен престижного потребления как устойчивый социокультурный механизм, не сводимый к какому-либо одному возрастному периоду [Флиер: 9].

Таким образом, демонстративное потребление характеризуется выраженной возрастной спецификой, отражающую закономерный процесс экономической социализации личности [Посыпанова: 3]. В подростковом и юношеском возрасте феномен существует преимущественно на уровне когнитивного освоения в процессе распознавания статусных сигналов и формирования соответствующих установок, тогда как во взрослости он все в большей мере реализуется на уровне поведения, получая стойкий практический характер.

Степень однородности феномена снижается по мере взросления. Молодежная выборка характеризуется относительной однородностью показателей, тогда как у взрослых фиксируется существенная поляризация между группами с высоким и низким уровнем установки, что является свидетельством формирования все более дифференцированных и индивидуально устойчивых форм потребительского поведения [Кашникова: 1].

Половая специфика феномена качественно различается в зависимости от возраста. У взрослых женщин демонстративное потребление органично встроено в позитивную Я-концепцию и опирается на высокую самооценку и самоуважение, тогда как у девушек-подростков аналогичные паттерны опосредованы социальным давлением и интроецированной мотивацией.

У взрослых мужчин центральной оказывается компенсаторная функция феномена, связанная с переживанием финансовой депривированности, тогда как у юношей демонстративное потребление выполняет функцию статусного самоутверждения в группе сверстников [Кашникова: 1; Смирнова: 7].

Конструктивное самоутверждение является значимым протективным фактором по отношению к демонстративному потреблению у представителей обоих полов в молодежной выборке. Чем более развиты продуктивные формы самореализации, тем менее выражена склонность к демонстративному поведению.

Теоретическая значимость работы состоит в том, что она восполняет существенный пробел в отечественной психологии потребления, предлагая модель возрастного сдвига демонстративного потребления от когнитивного освоения к поведенческой реализации, тем самым расширяя представления о данном феномене как динамичном психологическом образовании, чувствительном к задачам возрастного раз-

вития. Полученные данные дополняют концепцию Н.К. Радиной и Н.В. Шайдаковой [Радина: 5] в части возрастной и половой специфики феномена и показывают, что различия по полу в демонстративном потреблении не универсальны, а существенно меняются в зависимости от онтогенетического контекста.

К ограничениям работы следует отнести прежде всего то, что оба исследования выполнены на региональных выборках, сформированных в г. Костроме, что ограничивает возможности экстраполяции выводов на иные социокультурные и географические условия. Молодежь и взрослые в мегаполисе и в малых городах могут формировать существенно отличающиеся паттерны демонстративного потребления, и этот фактор в данной работе не контролировался.

Кросс-секционный формат обоих исследований не позволяет сделать причинно-следственные выводы и отслеживать индивидуальные модели изменения феномена с возрастом, так как для этого необходимы лонгитюдные исследования. Кроме того, выборка исследования Смирновой О.С. сформирована исключительно из учащихся системы среднего профессионального образования с преобладанием юношей, что ограничивает распространение выводов на другие группы молодежи.

Результаты исследования могут быть использованы при разработке программ психолого-педагогического сопровождения учащихся и в практической работе психологов с молодежью и взрослым населением в целях формирования осознанного потребительского поведения.

Список литературы

- Кашникова Л.Г. Самопроявление личности с разным уровнем установки на демонстративное потребление. Кострома: Костромской государственный университет, 2019. 115 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. 2013. № 4 (3). С. 116–129.
- Радина Н.К. Психологические аспекты социализации личности: к вопросу о моделях классификации видов социализации // Психологическая наука и образование. 2005. № 1. С. 45–50.
- Радина Н.К., Шайдакова Н.В. Демонстративное потребление: к обоснованию методологии и методики исследования // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2014. Т. 11. № 3. С. 120–133.
- Рассади́на Т.А. Демонстративное потребление в ранней юности: гендерный аспект // Социум и жизненное пространство личности (междисциплинарные

аспекты): Сб. статей VI Междунар. науч.-практ. конф. Пенза, 2023. С. 105–110.

Смирнова О.С. Личностные предикторы демонстративного потребления как стратегии самоутверждения в подростковом и юношеском возрасте: диссертация на соискание ученой степени кандидата психологических наук. Кострома: Костромской государственный университет, 2026. 176 с.

Смирнова О.С. Демонстративное потребление как способ удовлетворения потребности в самоутверждении // Ярославская психологическая школа: актуальные проблемы практической психологии: Материалы Всерос. науч.-практ. форума. Ярославль: Филигрань, 2020. С. 273–277.

Шайдакова Н.В., Радина Н.К. Гендерный анализ демонстративного потребления // Российская гендерная история с «юга» на «запад»: Материалы Шестой Между нар. науч. конф. РАИЖИ и ИЭА РАН. Нальчик, 2013. Т. 2. С. 25–27.

Шабанова М.А. Этичное потребление как сфера гражданского общества в России: факторы и потенциал развития рыночных практик // Экономическая социология. 2023. Т. 24. № 1. С. 13–54.

References

Kashnikova L.G. *Samopred'yavlenie lichnosti s raznym urovnem ustanovki na demonstrativnoe potreblenie* [Self-presentation of personality with different levels of attitude toward conspicuous consumption]. Kostroma: Kostroma State University, 2019. 115 p. (In Russ.)

Lunt P. *Psikhologicheskie podkhody k potrebleniyu: vchera, segodnya, zavtra* [Psychological approaches to consumption: yesterday, today, tomorrow] // *Inostrannaya psikhologiya* [Foreign Psychology], 1987, No. 9, Pp. 8–16. (In Russ.)

Posypanova O.S. *Osobennosti motivatsii demonstrativnogo potrebleniya provintsial'noy molodezhi* [Motivational specifics of conspicuous consumption among provincial youth]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo* [Social Psychology and Society], 2013, No. 4 (3), Pp. 116–129. (In Russ.)

Radina N.K. *Psikhologicheskie aspekty sotsializatsii lichnosti* [Psychological aspects of personality socialization]. *Psikhologicheskaya nauka i obrazovanie* [Psychological Science and Education], 2005, No. 1, Pp. 45–50. (In Russ.)

Radina N.K., Shaidakova N.V. *Demonstrativnoe potreblenie: k obosnovaniyu metodologii i metodiki issledovaniya* [Conspicuous consumption: toward a research

methodology]. *Psikhologiya. Zhurnal Vysshey shkoly ekonomiki* [Psychology. Journal of the Higher School of Economics], 2014, Vol. 11, No. 3, Pp. 120–133. (In Russ.)

Rassadina T.A. *Demonstrativnoe potreblenie v ranney yunosti: gendernyy aspekt* [Conspicuous consumption in early youth: gender aspect]. *Sotsium i zhiznennoe prostranstvo lichnosti: Sb. statey VI Mezhdunar. nauch.-prakt. Konf* [Society and the Living Space of the Individual (Interdisciplinary Aspects): Collection of Articles from the VI International Scientific and Practical Conf]. Penza, 2023. Pp. 105–110. (In Russ.)

Smirnova O.S. *Lichnostnye prediktory demonstrativnogo potrebleniya kak strategii samoutverzheniya v podrostkovom i yunosheskom vozraste* [Personal predictors of conspicuous consumption as a strategy of self-assertion in adolescence and youth]: Dis. ... kand. psikhol. nauk. Kostroma: KGU, 2026. 176 p. (In Russ.)

Smirnova O.S. *Demonstrativnoe potreblenie kak sposob udovletvoreniya potrebnosti v samoutverzhenii* [Conspicuous consumption as a means of satisfying the need for self-assertion]. *Yaroslavskaya psikhologicheskaya shkola: Materialy Vseros. nauch.-prakt. Forum* [Yaroslavl Psychological School: Current Issues in Practical Psychology: Proceedings of the All-Russian Scientific and Practical Forum]. Yaroslavl: Filigran', 2020. Pp. 273–277. (In Russ.)

Shaidakova N.V., Radina N.K. *Gendernyy analiz demonstrativnogo potrebleniya* [Gender analysis of conspicuous consumption]. *Rossiyskaya gendernaya istoriya: Materialy Shestoy Mezhdunar. nauch. konf. RAIHI i IEA RAN* [Russian Gender History from the "South" to the "West": Proceedings of the Sixth Int. Scientific Conf. RAIZHI and IEA RAS]. Nalchik, 2013. Vol. 2. Pp. 25–27. (In Russ.)

Shabanova M.A. *Etichnoe potreblenie kak sfera grazhdanskogo obshchestva v Rossii: faktory i potencial razvitiya rynochnykh praktik* [Ethical Consumption as a Sphere of Russian Civil Society: Factors and the Development Potential of Market Practices]. *Ekonomicheskaya sociologiya* [Economic Sociology], 2023, Vol. 24, No. 1, Pp. 13–54. (In Russ.)

Статья поступила в редакцию 15.01.2026; одобрена после рецензирования 25.03.2026; принята к публикации 25.03.2026.

The article was submitted 15.01.2026; approved after reviewing 25.03.2026; accepted for publication 25.03.2026.