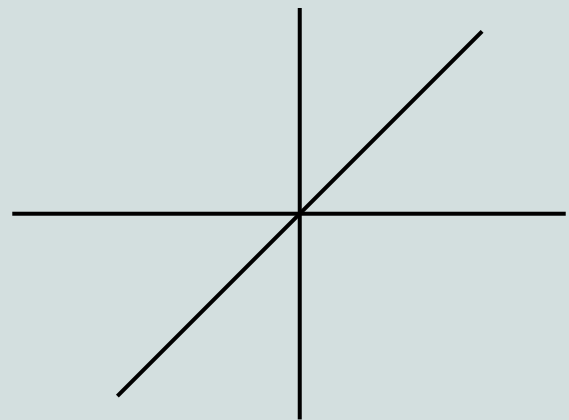
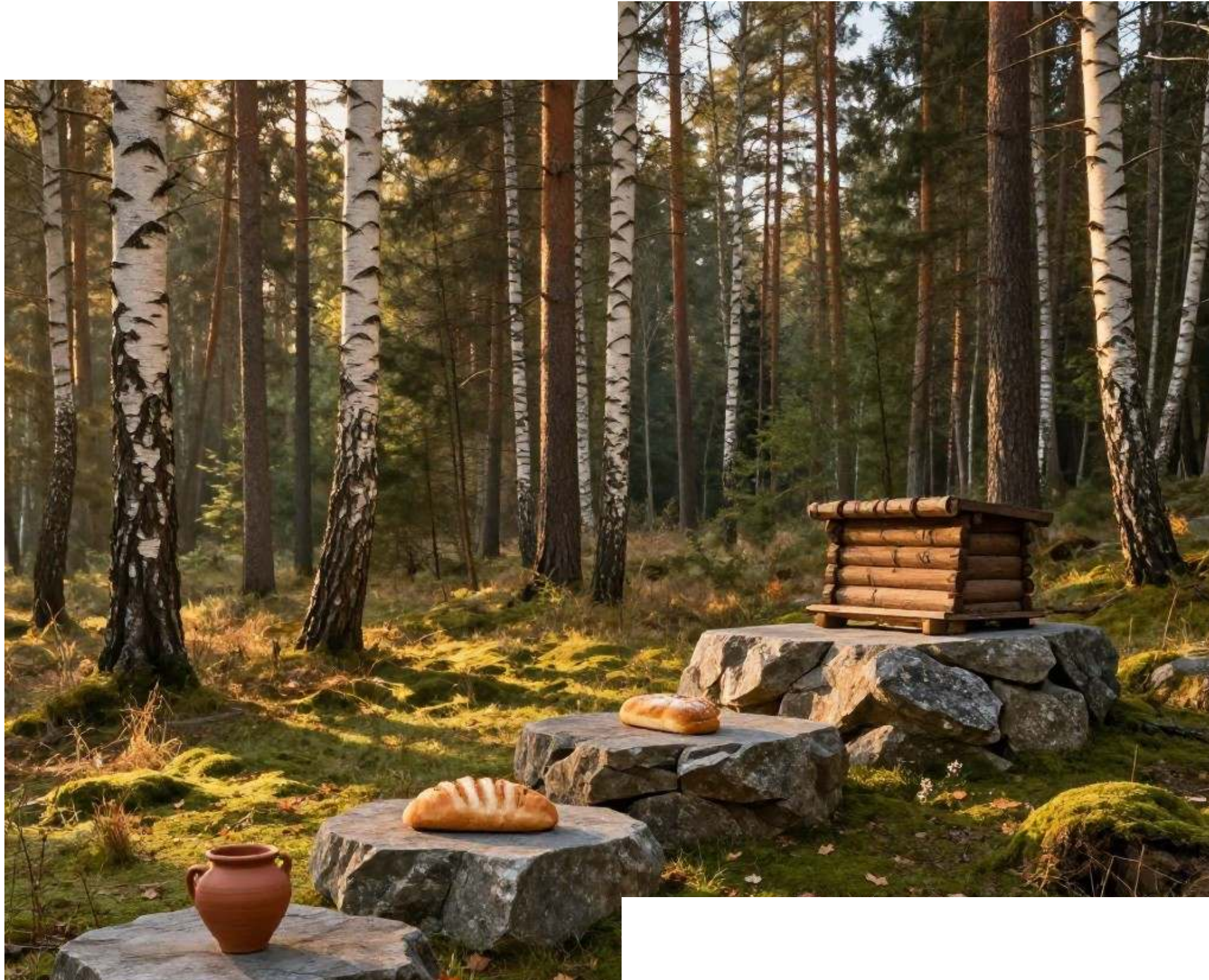


Главные темы: что нам действительно необходимо?



Рассматриваем, как подростки отличают настоящие потребности от навязанных желаний.

Эволюция потребностей человека



Потребности изменялись вместе с обществом: от выживания в первобытности до групповой принадлежности и культурных различий. Эти изменения отражают развитие экономики, технологий и социальных норм.

Пирамида Маслоу: ступени человеческих потребностей



Влияние общества на восприятие нужного



Образование как базовый стандарт

В Японии качество и доступность обучения — обязательный элемент «необходимого» для успешного будущего подростков.



Индивидуальные гаджеты

В США гаджеты воспринимаются не только как инструменты, но и как символы статуса и самостоятельности.



Семейные ценности

В Восточной Европе высока роль семейных традиций в формировании норм и потребительских привычек подростков.



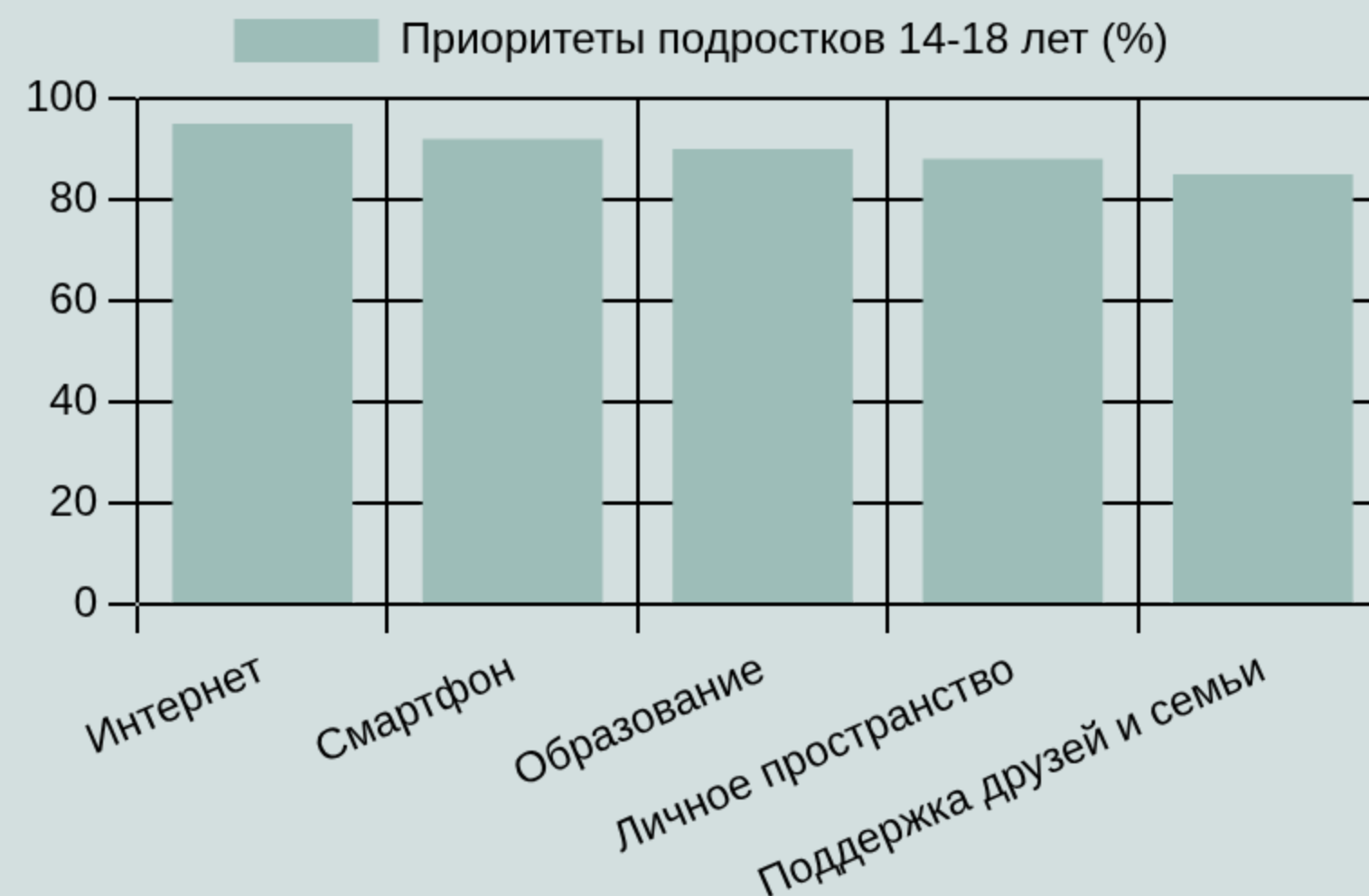
Глобализация и традиции

Современный мир смешивает культурные стандарты, влияя на формирование гибких представлений о необходимом.

Потребности российских подростков: динамика 2020–2023 гг.

Отмечен рост интереса к ментальному здоровью и экологичным товарам, подчеркивающий изменение приоритетов.

Технологии и психологический комфорт закрепились как основные направления подростковых потребностей.



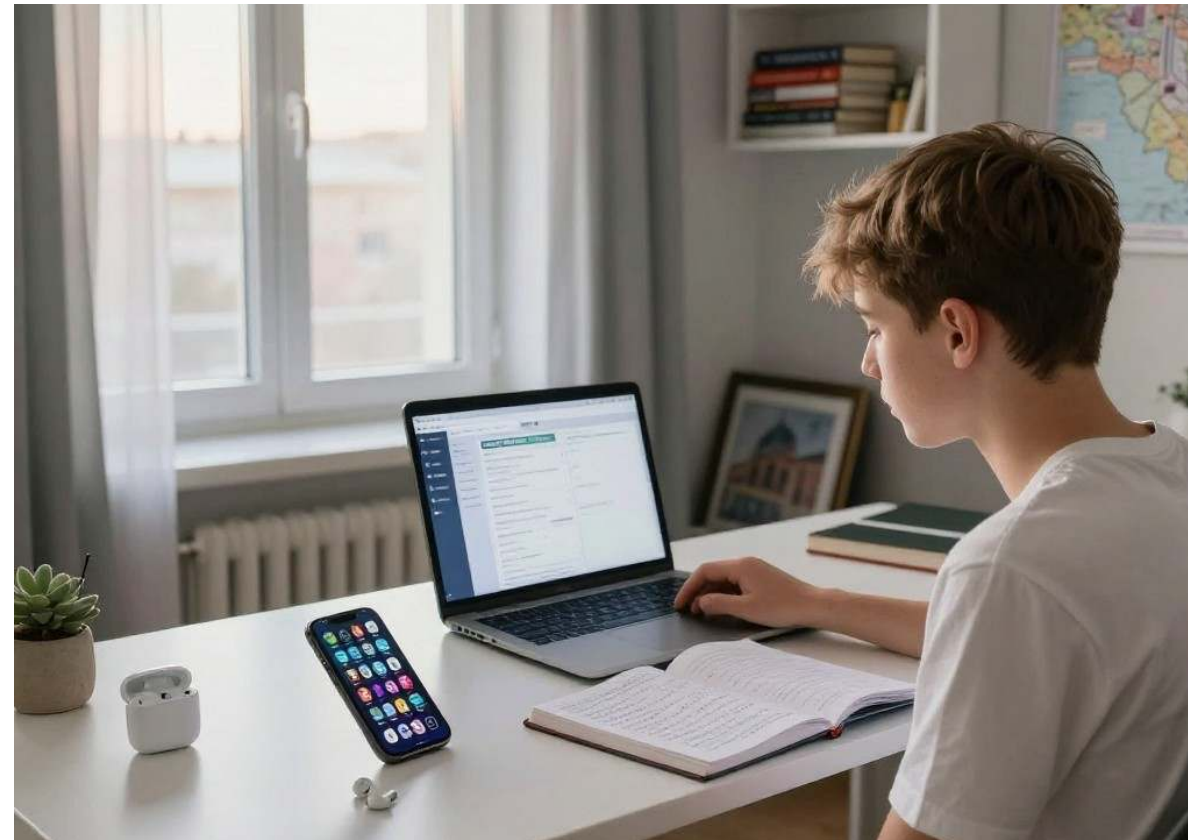
Технологии — неотъемлемая часть жизни подростков



01

Смартфон — ежедневный спутник

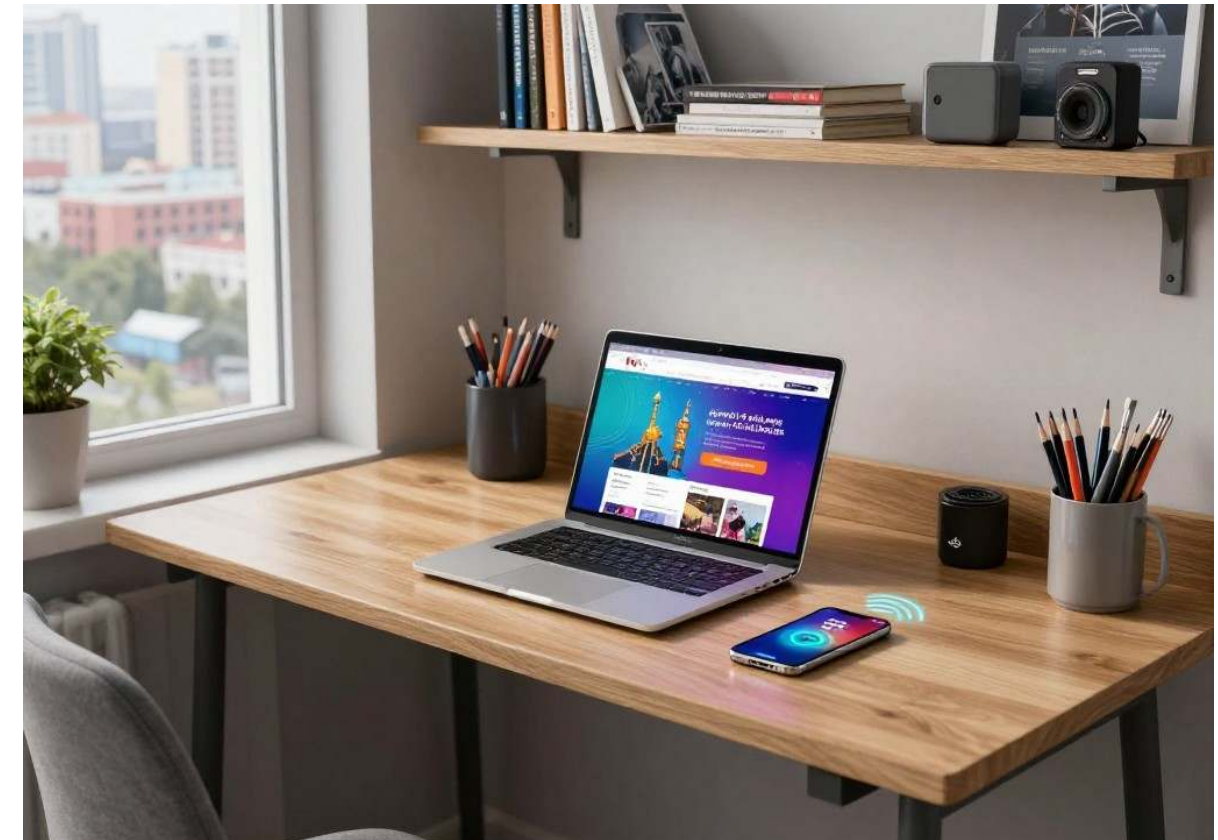
Средний школьник России проводит в онлайне около 4,5 часов в день, используя смартфон как основной инструмент общения и получения информации.



02

Социальные сети и коммуникация

Подростки активно участвуют в соцсетях, формируя своё социальное пространство и влияя на собственные и коллективные ценности.



03

Мобильный интернет расширяет возможности

Доступ к интернету ускоряет образование и развивает новые формы досуга и творчества среди молодежи.

Базовые и приобретённые потребности подростков

→
Сопоставление первичных нужд и сформированных социальными факторами приобретённых потребностей показывает их разный характер и роль.

→
Базовые потребности необходимы для выживания, а приобретённые формируются под влиянием общества и медиа.

Базовые потребности	Приобретённые потребности
Еда	Смартфон
Чистая вода	Онлайн-доступ

Механизмы формирования навязанных потребностей

Реклама нагнетает желание обладать новейшими товарами, подталкивая к частым и необоснованным покупкам.



Мода диктует смену одежды и аксессуаров, стимулируя постоянные обновления ради поддержания социальной роли.



Социальные сети увеличивают значимость мнения влиятельных лиц и трендов, приводя к подражанию и покупке аналогичной продукции.



Маркетинговые акции создают ажиотаж, удваивая или утраивая продажи в периоды распродаж и промо-кампаний.



Психологические причины стремления к лишнему



Влияние коллектива

Подростки стремятся соответствовать стандартам группы, повышая свое социальное признание через потребление популярных товаров.



Зависть и реклама как движущие силы

Рекламные сообщения усиливают чувство неполноценности, а желание обладать новым мотивируется желанием превзойти сверстников.

Процесс формирования личных потребностей

Этапы принятия решения о покупке или отказе под влиянием внешних факторов

Влияние семьи и ближнего окружения

01

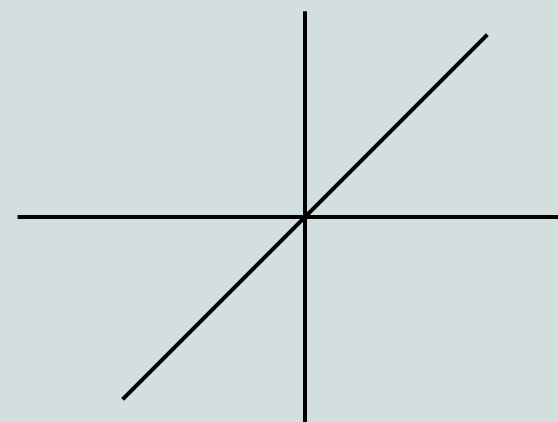


Семейная среда играет ключевую роль в формировании представлений о том, что является действительно необходимым. Она задаёт нормы потребления и приоритеты, определяя отношение к материальным и духовным ценностям.

02

Друзья оказывают существенное влияние на стиль жизни подростков, поддерживая либо оспаривая их интересы. Взаимодействие в группе способствует формированию общих вкусов и предпочтений в одежде, гаджетах и развлечениях.

Доход и финансовое положение семьи формируют возможности подростков и ограничивают выбор, что отражается на восприятии того, что можно считать необходимым.



54%

российских подростков отмечают, что семейный бюджет существенно влияет на их покупки и желания.

Опрос Левада Центра, 2023

Новые образовательные потребности цифровой эпохи

01

Онлайн-образование становится приоритетом для старшеклассников, расширяя доступ к знаниям через курсы, вебинары и видеолекции.

02

Более 60% учеников 10–11 классов пользовались онлайн-платформами в 2022 году, что отражает смещение в сторону цифровых форм обучения.

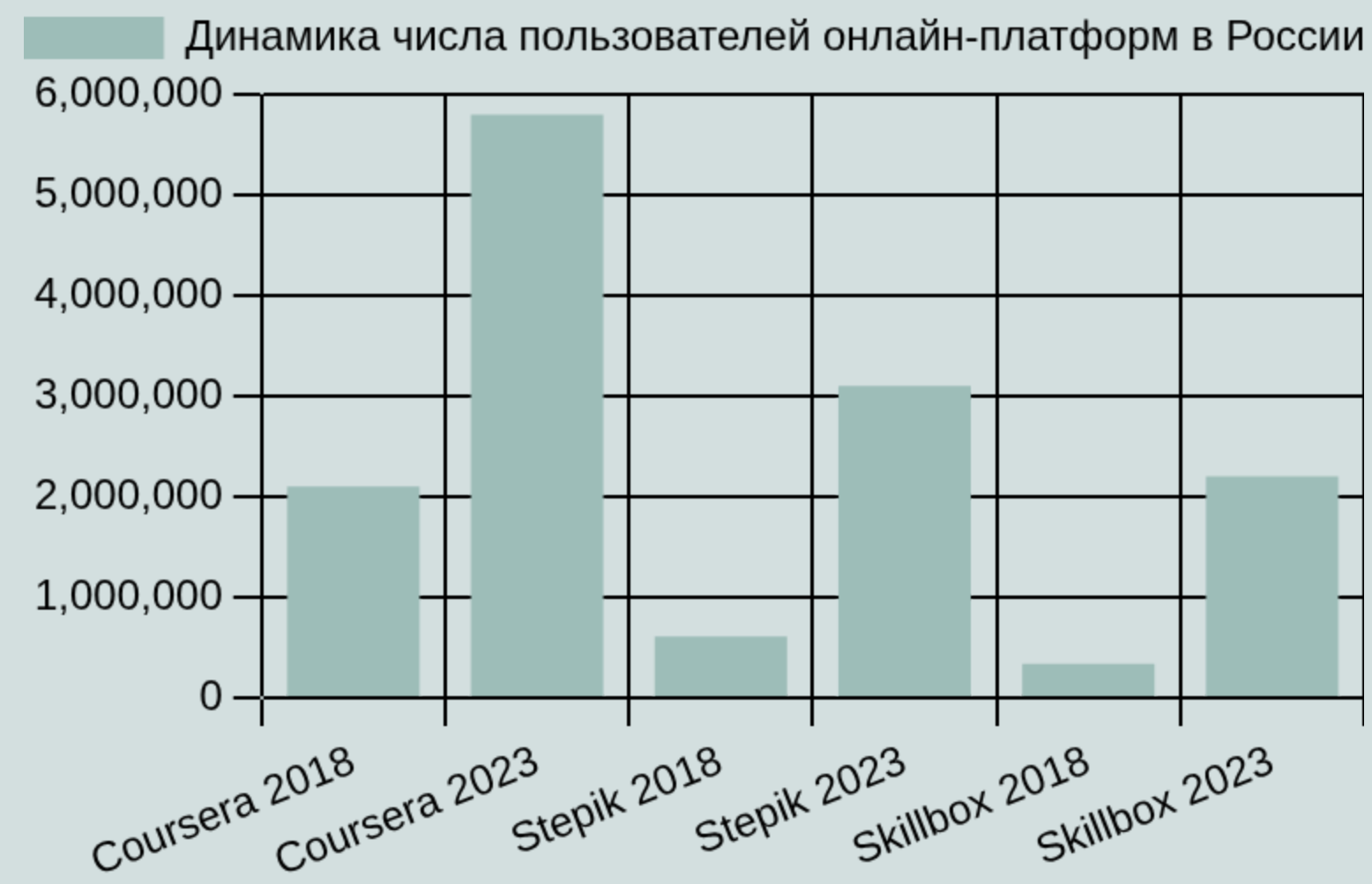
03

Рост востребованности профессий в ИТ и иностранном языке стимулирует развитие навыков, соответствующих современным реалиям рынка труда.

Статистика: рост числа пользователей онлайн-образования

Максимальный скачок пришёлся на 2020 год — период пандемии и массового перехода на дистанционное обучение.

Значительный рост пользователей свидетельствует о формировании нового образовательного стандарта и изменении приоритетов школьников.



Экологичные тренды: новая осознанность потребления



Участие в экологических акциях

Подростки активно включаются в мероприятия по очистке территорий и сортировке отходов, формируя экологическую культуру и ответственность.



Использование многоразовых товаров

Растёт спрос на эко-сумки и бутылки, что отражает стремление снизить негативное воздействие на окружающую среду.



Внедрение образовательных экологических программ

Школьные курсы способствуют формированию осознанного потребления и пониманию важности защиты природы среди молодёжи.

Трансформация представлений о «необходимом»: вчера и сегодня

XX век	XXI век
Кров, минимальный гардероб, физические учебники	Быстрый интернет, портативные зарядки, беспроводные наушники
Ограниченный выбор одежды	Цифровые учебники, онлайн-курсы

Сравнение материально-технических нужд подростков в XX и XXI веках отражает технологический прогресс и изменение образа жизни.

Расширение спектра необходимых благ связано с изменением условий жизни и развитием технологий.

Влияние социальных сетей на формирование потребностей

01

Возрастающая роль социальных сетей усиливает потребность в признании и внимании со стороны сверстников, формируя новые критерии успешности.

02

Желание соответствовать образу, сформированному онлайн, отражается на выборе предметов потребления, хобби и стиля жизни подростков.

03

Доля подростков, для которых важны онлайн-достижения, выросла с 40% в 2018 до 68% в 2023 году, демонстрируя воздействие цифровой культуры.

Минимализм как альтернатива — меньше вещей, больше смысла



Отказ от избыточного ради личного развития

Российские подростки рассказывают о сознательном сокращении покупок в пользу путешествий и саморазвития, подчеркивая важность опыта над материальным накоплением.

Ценностный сдвиг в потреблении

Идея минимализма внедряется как новая жизненная философия, где ценится качество общения и достижения, а не количество вещей.

Критическое мышление: оценка своих потребностей

01

Оценка потребительских привычек помогает выявить истинную ценность покупок и определить, что действительно необходимо.

02

Сравнение расходов с ровесниками из других стран расширяет кругозор и улучшает понимание влияния культурных факторов.

03

Развитие навыков самоанализа, таких как ведение бюджета и расстановка приоритетов, способствует осознанному потреблению.

04

Использование цифровых приложений для учёта расходов помогает контролировать финансы и избегать импульсивных покупок.

Современное понимание «необходимого»: ключевые выводы

Подростки должны развивать способность отличать истинные нужды от навязанных желаний, опираясь на ценности и осознанное потребление для гармоничного развития личности.

