

**Инновационные теории и практика  
в современном российском образовательном пространстве**

**Шатских Елена Васильевна,**

преподаватель,

БУ «Няганский технологический колледж»,

ХМАО-Югра, г. Нягань, Россия

**СОВРЕМЕННЫЙ ПОДРОСТОК:  
ИНТЕЛЛЕКТУАЛ ИЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬ?**

**Аннотация.** В статье проанализированы особенности развития современного подростка, находящегося в постоянном информационном потоке, окруженного разнообразными предложениями товаров и услуг. Существует стереотип, что все подростки - потребители, а не интеллектуалы. Такая стереотипизация может привести к ограничению возможностей подростков и давления в их сторону со стороны общества. Также предприняты попытки выявления тенденций развития материальной и интеллектуальной составляющей современного подростка.

**Ключевые слова:** подросток, потребление, интеллект, стереотип

Один из ключевых моментов для подросткового возраста – это переход из состояния ребенка в новый статус. Формирование подростка – сложный этап в жизни, необходимо адаптироваться в социуме как взрослой и ответственной личности, не только осознавать себя взрослым, но и мыслить категориями человека, способного принимать решения, придерживаться общественных норм.

В наше время жизнь подростков насыщена гаджетами, интернетом, массивами информации, впечатлениями и эмоциями при прослушивании новостей, чтении электронных книг, слушании музыки, общения в социальных сетях.

Все это имеет как положительные, так и негативные последствия. У подростка формируется способность к многозадачности, ускорение реакции. В

## **Инновационные теории и практика в современном российском образовательном пространстве**

настоящее время подростки пользуются различными гаджетами, функционал которых позволяет тратить минимальное время на решение какой-либо функциональной задачи.

Образное мышление, характерное для детей, в подростковом возрасте все больше уступает место абстрактному, становится более самостоятельным, активным, творческим. Подросток умеет оперировать гипотезами, решая интеллектуальные задачи. Без высокого уровня развития интеллекта был бы невозможен характерный для этого возраста интерес к абстрактным, философским, религиозным, политическим и прочим проблемам.

Таким образом, получаем человека – интеллектуала, живущего в условиях интенсивного потока информации об услугах и товарах, навязываемых капиталистическим обществом, сформировавшим так называемое общество потребления.

Общество потребления - совокупность отношений в обществе, основанных на принципе индивидуального потребления. Основной характеристикой этого понятия является массовое потребление материальных благ и установкой соответствующей системы ценностей.

Являются ли потребители самостоятельно действующими субъектами? Разумеется, нет! Они – жертвы рекламных манипуляций.

Целая армия маркетологов, рекламщиков и прочих подобных профессионалов специализируется на том, чтобы заставить приобрести то, что, по сути, человеку и не нужно. Потребитель с его системой выработанных рефлексов попадает под влияние обёртки, силуэтов, пиар-ходов.

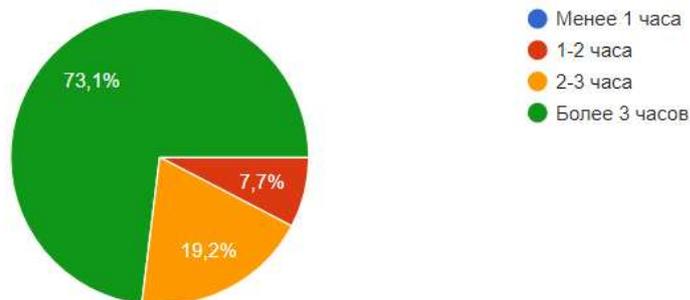
Нами был проведен опрос среди студентов колледжа 15-16 лет, результаты которого проанализировали, предварительно визуализировав их.

## Инновационные теории и практика в современном российском образовательном пространстве

Сколько времени в день вы проводите, потребляя информацию из интернета, социальных сетей, ТВ, видеоблогов и т.д.?

 Копировать

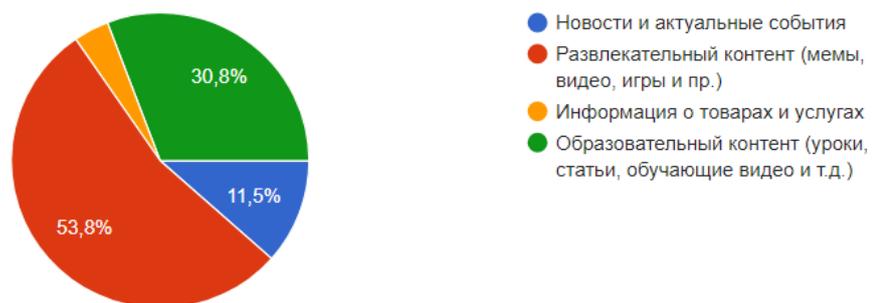
26 ответов



Какую информацию вы больше всего потребляете в сети и в социальных сетях?

 Копировать

26 ответов



Чем вам больше интересно заниматься в свободное время?

 Копировать

26 ответов

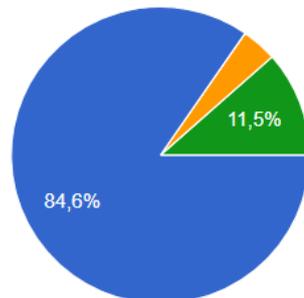


## Инновационные теории и практика в современном российском образовательном пространстве

Какие приоритеты вы ставите для себя на ближайшие несколько лет?

 Копировать

26 ответов

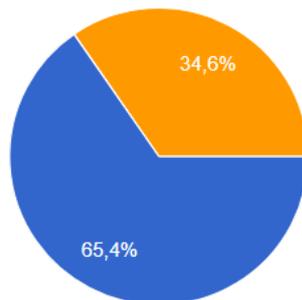


- Получение образования и развитие личности
- Потребление различных товаров и услуг
- Построение отношений и общение с окружающими
- Достижение успеха в конкретной сфере (спорт, искусство, наука и т.д.)

Что, на ваш взгляд, важнее для вашего благополучия: образование и развитие, или потребление различных товаров и услуг?

 Копировать

26 ответов



- Образование и развитие
- Потребление товаров и услуг
- Оба аспекта имеют равное значение для меня

Таким образом, наблюдаем ежедневное продолжительное потребление подростками информации с помощью различных гаджетов в сети интернет — 73% респондентов проводят время в сети более 3 часов. И большинство опрошенных ставят в приоритет получение образования и саморазвитие и считают, что образование и развитие важнее всего для их благополучия.

Подростки наглядно продемонстрировали отличное понимание важности образования и развития. Но при этом потребление товаров и услуг остается неизменным фактором нашей повседневной жизни, влияющим на возможность позиционировать себя в обществе, работать, быть в тренде событий.

В современных условиях, когда возрастает ценность вещи по её реальному содержанию, важно:

## **Инновационные теории и практика в современном российском образовательном пространстве**

- потреблять товары и услуги ответственно в соответствии с общечеловеческими и экологическим ценностями;
- создавать нематериальные ценности, что требует постоянного саморазвития и самосовершенствования;
- уметь выстраивать коммуникации;
- вкладывать деньги во что-то конкретное: постройка дома, обустройство земли, здоровье, отдых, вкусная еда, обучение и познание чего-то нового;
- стремиться к экологической ответственности и бережному отношению к природным ресурсам, сокращать производство собственного ежедневного мусора;
- перерабатывать отходы и давать вещам «вторую жизнь» и т.п.

### ***Список литературы***

1. Иванова, А. Д., Муругова, О. В. Психология цифрового мира: общество потребления информации // Коэволюция техники и общества в контексте цифровой эпохи: сб. мат. межд. научной конф., 17-18 декабря 2020 г. – 2020. – С. 209.
2. Комплексное развитие сельских районов: подходы, методы и стратегии управления / С. Г. Руднев, А. Л. Золкин, О. Л. Гиршевич, Д. Ю. Домничев. – Краснодар: Издательство «Новаци», 2024. – 174 с.
3. Орлов М. О. Общество потребления как источник социальных и духовных рисков // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия философия. Психология. Педагогика. – 2020. – Т. 20. – №. 1. – С. 43-46.
4. Шибанов, К. С. Предпосылки изменения подхода для оценки клиентоориентированности производственных компаний / К. С. Шибанов, О. Л. Гиршевич // Экономика и предпринимательство. – 2021. – № 2(127). – С. 892-895.