

МОЛОДЕЖЬ 15–24 лет – поколение самовыражения, новых возможностей и личного выбора

Источник: Media Marketing Index 2025, Казахстан 100 000+, 15-24 лет

Чаще ориентируются на личный выбор, новые возможности и собственный опыт, чем на традиционные нормы и ожидания общества

15-19 лет

МАКСИМАЛЬНАЯ ОРИЕНТАЦИЯ НА СТАТУС,
ПРИЗНАНИЕ И ПОИСК СОБСТВЕННОЙ
ИДЕНТИЧНОСТИ

Высокий уровень согласия с установкой:

- «Деньги — лучшая мера успеха»
- «Мне нравится, когда люди думают, что я финансово успешен»
- «Я люблю выделяться из толпы»
- «Мне нравится попадать в новые ситуации»

20-24 года

САМАЯ НЕЗАВИСИМАЯ ОТ ТРАДИЦИОННЫХ
СОЦИАЛЬНЫХ НОРМ ГРУППА

Высокий уровень согласия с установкой:

- «Мне нравится быть нешаблонным»
- «Мне интересны абстрактные идеи»

Низкий уровень согласия:

- «Религия играет огромную роль в моей жизни»
- «Женатые пары обязательно должны иметь детей»
- «Женщина реализуется через домашний уют»

