



Центр социокультурных исследований НИУ
ВШЭ

Современная молодежь: ценности, идентичности, отношение к стране, семье, цифровому рублю

Лебедева Надежда Михайловна, д.психол.н., профессор,
научный руководитель [Центра социокультурных исследований](#) НИУ ВШЭ

Эмпирическое исследование было проведено в мае-августе 2022 года в онлайн формате с использование платформы Anketolog. Опрос проводился в 7 федеральных округах России. В исследовании приняли участие 2056 человек в возрасте от 16 до 74 лет, средний возраст составил 40,8 лет. Респонденты в данном исследовании являлись представителями 5 поколений

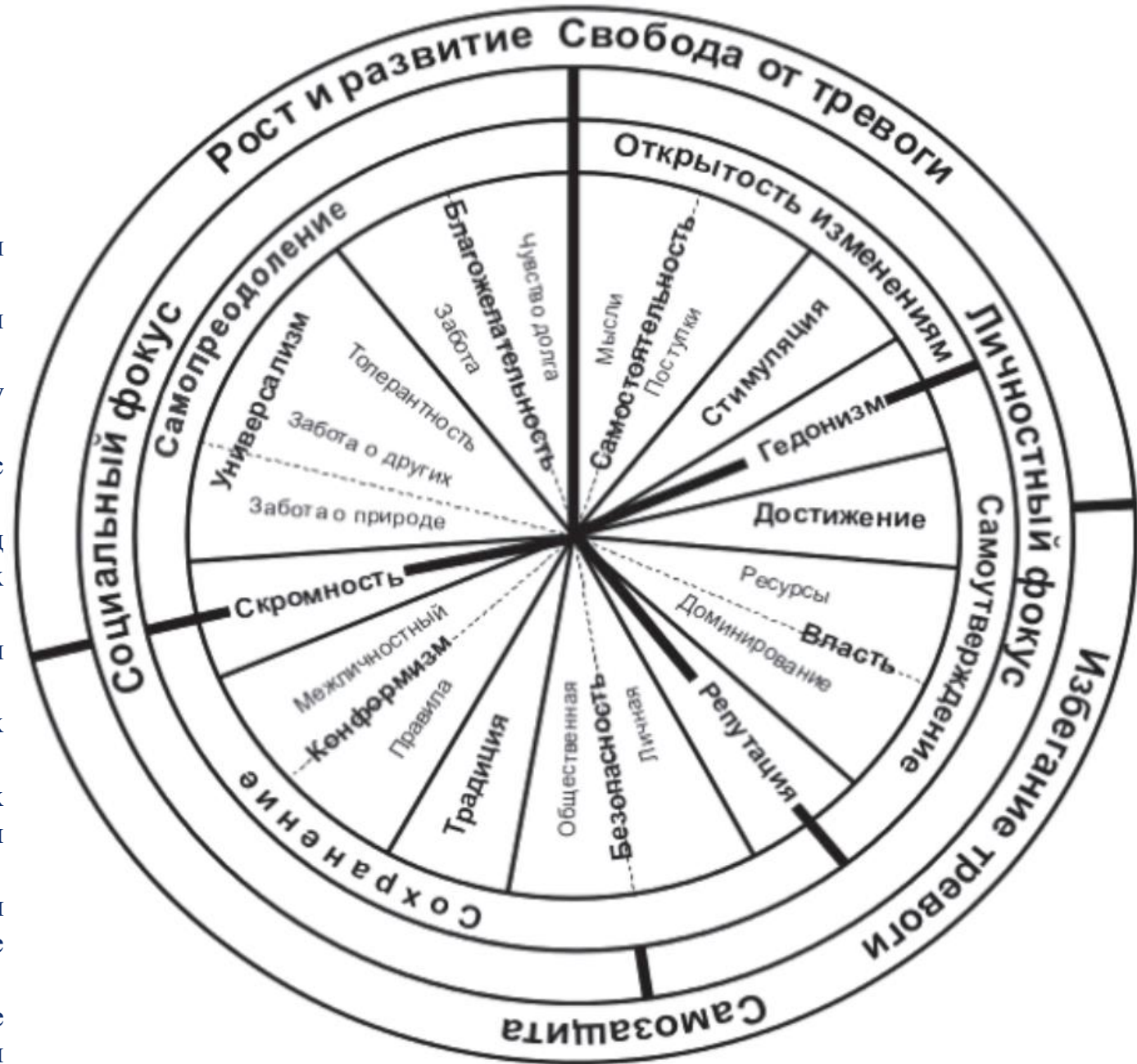
Поколение	Количество	Процент
Поколение «Цифровые аборигены» (16–23 года)	132	6,4
Поколение, сформировавшееся в период устойчивого развития страны (24–34 года)	487	23,7
Послеперестроечное поколение (35–42 года)	589	28,6
Реформенное, перестроечное поколение (43–52 года)	527	25,6
Советское поколение (53–80 лет)	321	15,6
Итого	2056	100,0

Федеральный округ	Количество	Процент
Центральный федеральный округ	208	10,1
Северо-Западный федеральный округ	395	19,2
Поволжский федеральный округ	253	12,3
Южный федеральный округ	200	9,7
Северо-Кавказский федеральный округ	200	9,7
Уральский федеральный округ	266	12,9
Сибирский федеральный округ	278	13,5
Дальне-Восточный федеральный округ	256	12,5
Итого	2056	100,0



Теория Ценностей Ш.Шварца

- *Самостоятельность* - свобода развивать собственные идеи и способности, определять собственные действия;
- *Стимуляция* - стремление к возбуждению, риску, новизне и переменам;
- *Гедонизм* - стремление к удовольствию и чувственному удовлетворению;
- *Достижение* - достижение успеха в соответствии с социальными стандартами (нормами);
- *Власть* - влияние посредством осуществления контроля над людьми и контролирования материальных и социальных ресурсов;
- *Безопасность* - безопасность непосредственного окружения и безопасность, стабильность общества в целом;
- *Традиция* - поддержание и сохранение культурных, семейных или религиозных традиций;
- *Конформизм* - соблюдение правил, законов и формальных обязательств, избегание причинения вреда или огорчения другим людям;
- *Универсализм* - стремление к равенству, справедливости и защите всех людей, сохранению природной среды, а также принятие и понимание тех, кто отличается от тебя;
- *Благожелательность* - преданность группе и благополучие ее членов, стремление быть надежным и заслуживающим доверия членом группы.



Сравнение выраженности ценностей у разных поколений россиян

Ценности	Ср. по выборке		Поколения									
			1		2		3		4		5	
	М	ранг	М	ранг	М	ранг	М	ранг	М	ранг	М	ранг
Самостоятельность	4,36	3	4,33	3	4,26	3	4,35	3	4,40	2	4,48	2
Стимуляция	3,38	10	3,82	7	3,49	10	3,39	10	3,25	10	3,21	10
Гедонизм	3,86	6	4,29	4	4,06	5	3,95	5	3,71	6	3,46	8
Достижение	3,79	7	3,94	6	4,00	6	3,89	7	3,64	7	3,50	7
Власть	3,57	8	3,72	8	3,72	8	3,61	8	3,51	9	3,28	9
Безопасность	4,74	1	4,47	1	4,61	1	4,73	1	4,83	1	4,91	1
Традиция	3,92	5	3,39	9	3,75	7	3,90	6	4,07	5	4,19	5
Конформизм	3,49	9	3,18	10	3,39	9	3,48	9	3,56	8	3,64	6
Благожелательность	4,22	4	4,26	4	4,17	4	4,12	4	4,29	4	4,36	4
Универсализм	4,45	2	4,40	2	4,37	2	4,38	3	4,49	3	4,65	3

Wilks' $\Lambda = 0,863$, $F(36, 7658) = 8,520$, $p = 0,000$, $\eta_{p2} = 0,036$

Сравнение иерархии ценностей у разных поколений показало, что на первом месте у всех находится ценность Безопасности. Далее можно отметить некий общий паттерн: в иерархии ценностей представителей **3-х** поколений молодых людей (в возрасте от **17** до **45** лет) ценности Самостоятельности имеют более низкую позицию, а ценности Достижения и Власти – более высокую позицию, в сравнении с **2-мя** старшими поколениями (от **46** лет и старше). Также можно отметить, что позиции ценностей Традиция, Конформизм, Стимуляция и Гедонизм значительно различаются только у самых молодых россиян (с **17** до **27** лет) и самых старших (свыше **56** лет): Традиция и Конформизм более значимы для представителей советского поколения (ранги **5** и **6** соответственно), чем для поколения «цифровых аборигенов» (**9** и **10** ранги соответственно); Стимуляция и Гедонизм более значимы для поколения «цифровых аборигенов» (**7** и **4** ранги соответственно), чем для представителей советского поколения (ранги **10** и **8** соответственно).

Сравнение выраженности ценностей высокого порядка у разных поколений россиян

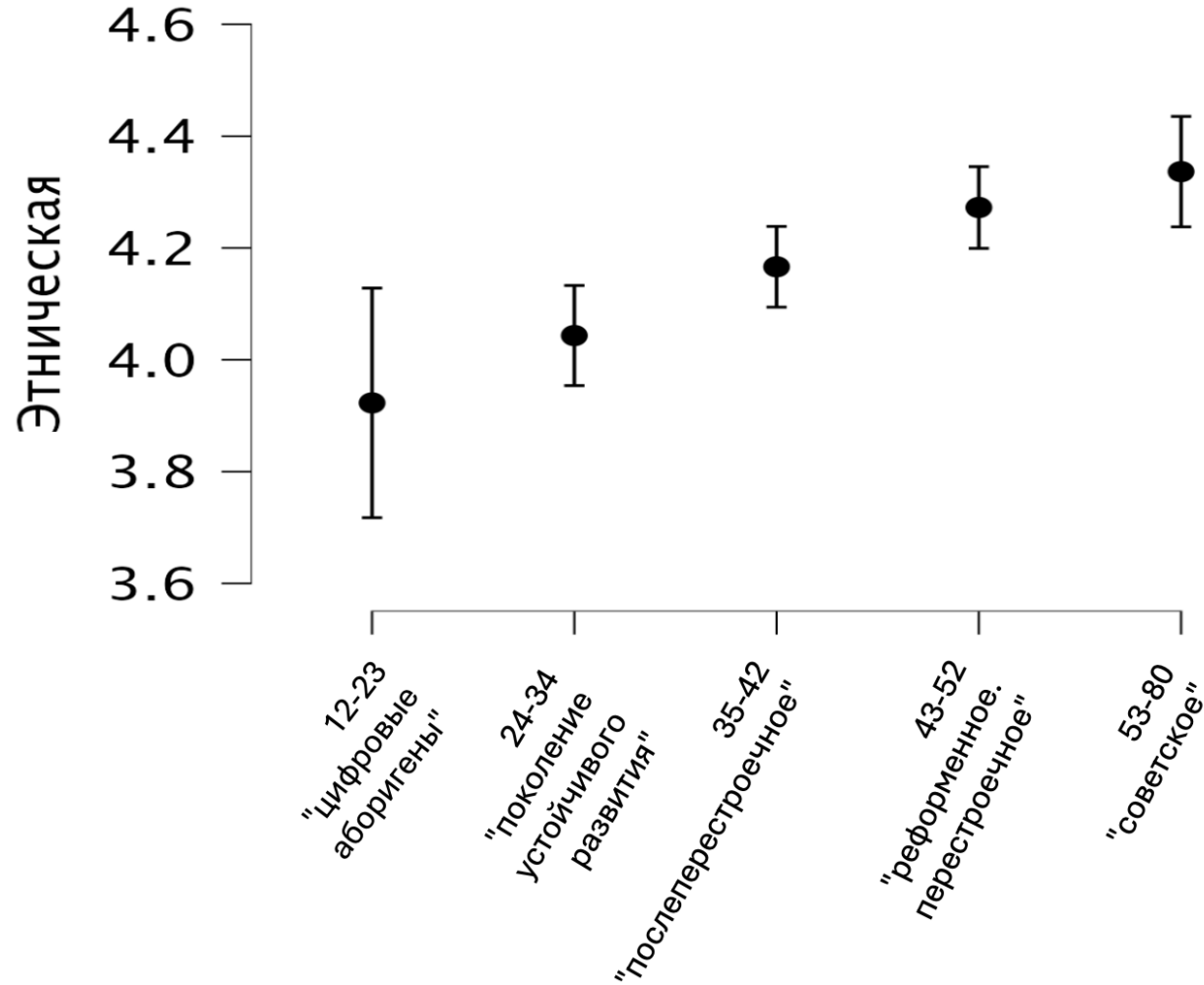
Ценности	Ср. по выборке		Поколения									
			1		2		3		4		5	
	М	ранг	М	ранг	М	ранг	М	ранг	М	ранг	М	ранг
Открытость изменениям	3,87	3	4,15	2	3,94	2	3,90	3	3,78	3	3,71	3
Самоутверждения	3,68	4	3,83	3	3,86	4	3,75	4	3,58	4	3,39	4
Сохранения	4,05	2	3,68	4	3,92	3	4,04	3	4,16	2	4,25	2
<u>Самопреодоления</u>	4,36	1	4,34	1	4,29	1	4,29	1	4,41	1	4,54	1

Ценности Открытости изменениям более всего выражены у представителей самого молодого поколения – поколения «цифровых аборигенов» (4,15), далее идут 2,3,4 и 5 поколения.

Ценности Самоутверждения более всего выражены у представителей **1** и **2** поколений («цифровых аборигенов» и «поколения устойчивого развития»). Далее идут **3,4** и **5** поколения («послеперестроечное», «реформенное, перестроечное» и «советское»). Ценности Сохранения более значимы для самого старшего советского поколения (**4,24**), далее от поколения к поколению выраженность данной ценности снижается. Менее всего данные ценности выражены у самого молодого поколения «цифровых аборигенов».

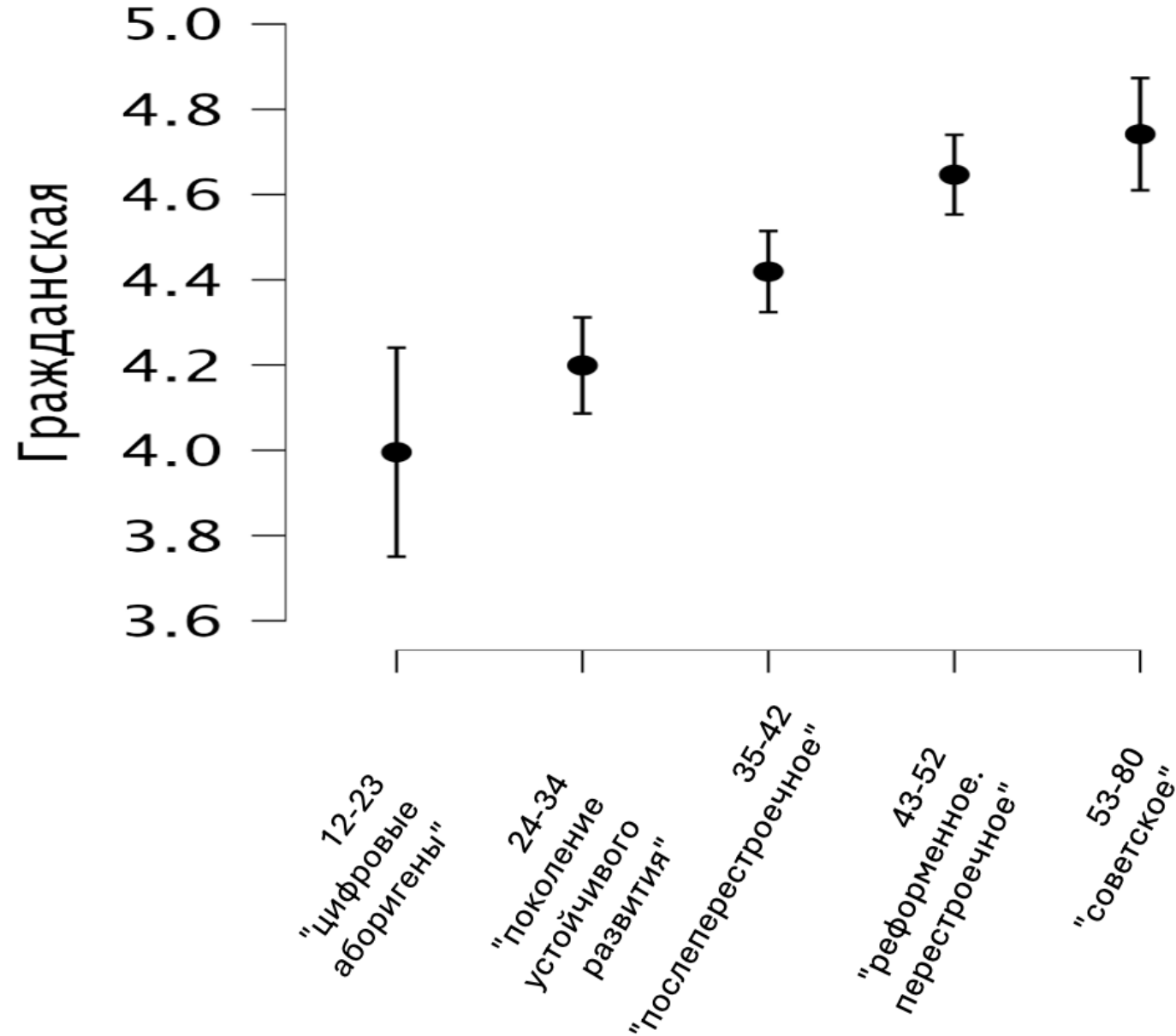
Ценности Самопреодоления менее всего выражены у представителей **3** и **2** поколений («послеперестроечного поколения» (**4,29**) и «поколение устойчивого развития» (**4,28**)). У представителей других поколений («цифровые аборигены», «реформенное, перестроечное», «советское») данные ценности выражены значимо выше.

Этническая идентичность



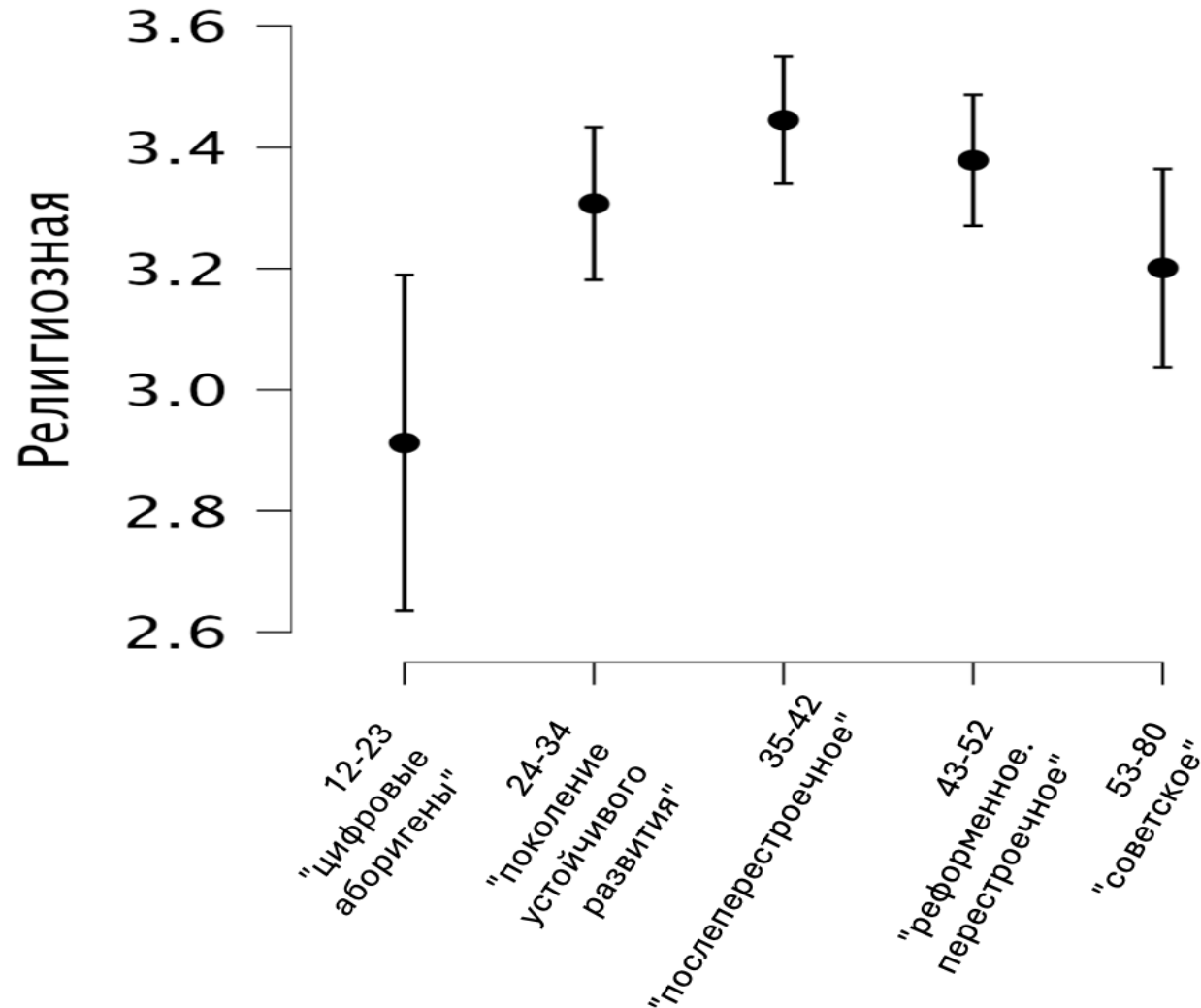
- Я считаю себя представителем своего народа
- Я ощущаю себя частью культуры своего народа
- Я горд быть представителем своего народа
- Принадлежать к культуре моего народа – счастье для меня

Гражданская идентичность



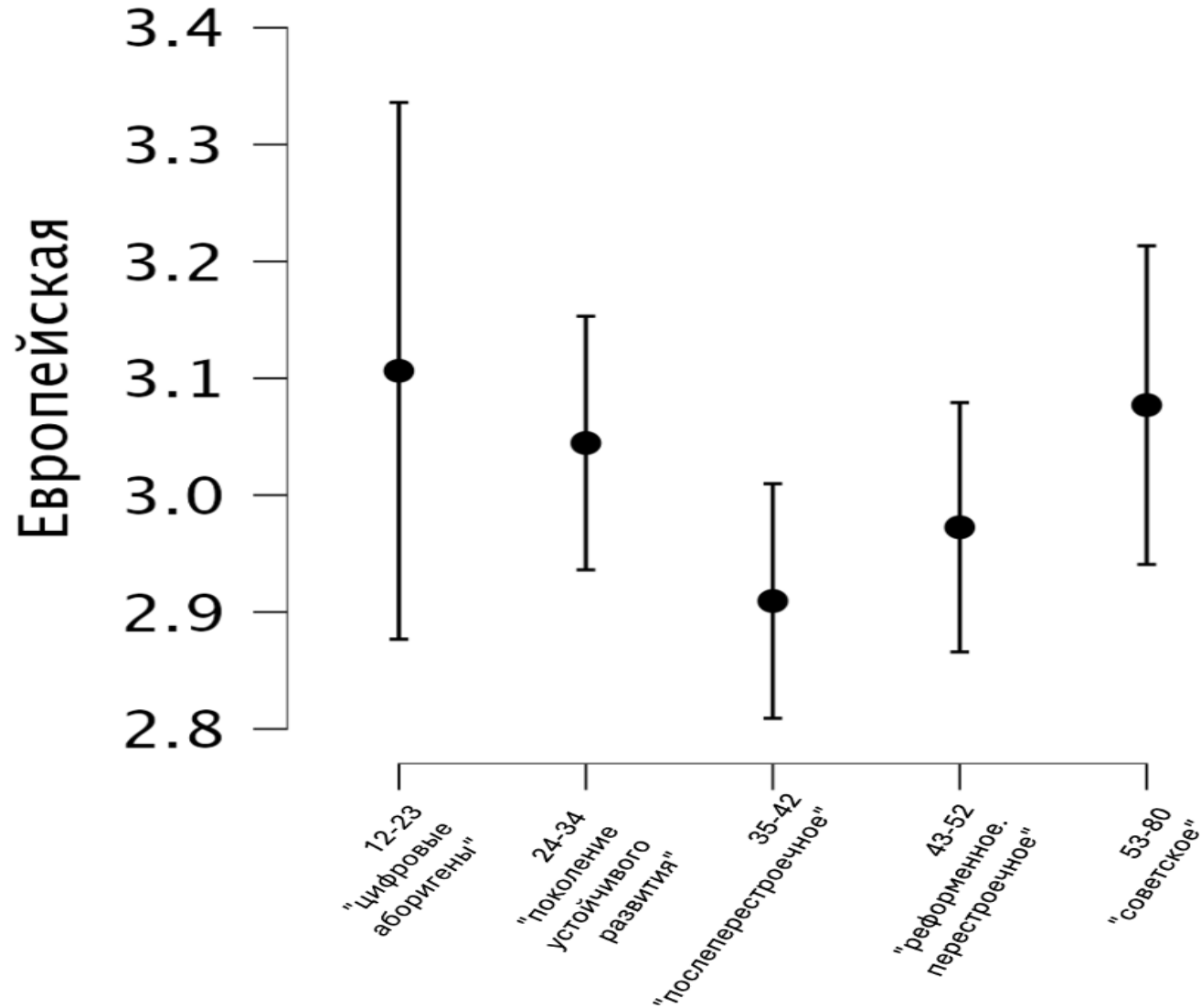
- Когда критикуют россиян или Россию, я воспринимаю это как личное оскорбление
- Я ощущаю сильную психологическую связь с другими жителями России
- Я чувствую, что практически все происходящее с россиянами, значимо для меня лично
- Когда я говорю о россиянах, я использую местоимение «мы», а не «они»
- Для меня очень важно быть россиянином
- Когда хвалят Россию и россиян, воспринимаю это как личный комплимент
- Успех России – это и мой личный успех

Религиозная идентичность



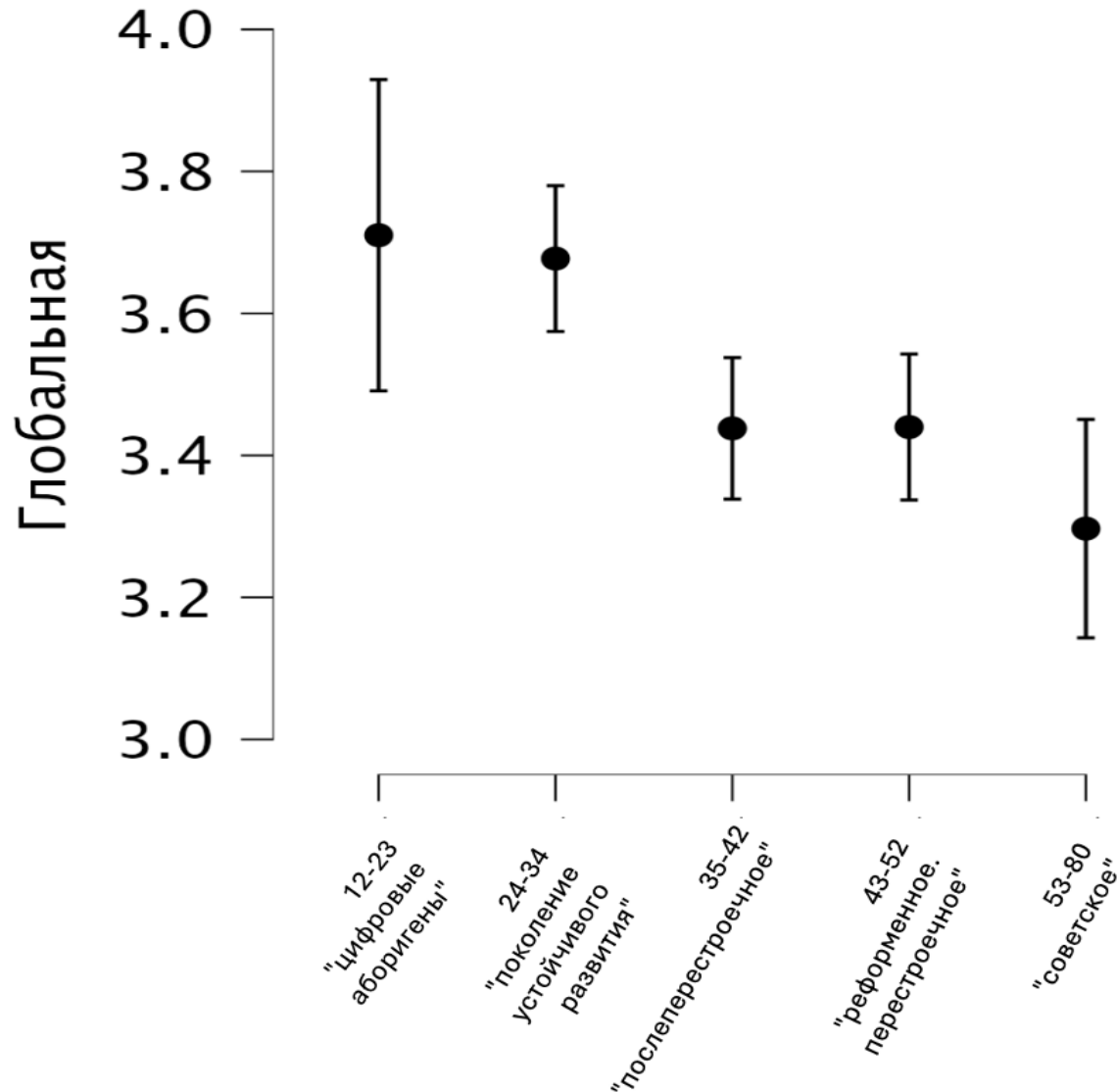
- Я считаю себя представителем своей религии
- Моя религиозная принадлежность - важная часть меня
- Я горжусь своей религией
- Я счастлив исповедовать свою религию

Европейская идентичность



- Я считаю себя европейцем
- Я ощущаю себя частью европейской культуры
- Я горжусь тем, что я европеец
- Я счастлив/а чувствовать себя европейцем/кой

Глобальная идентичность

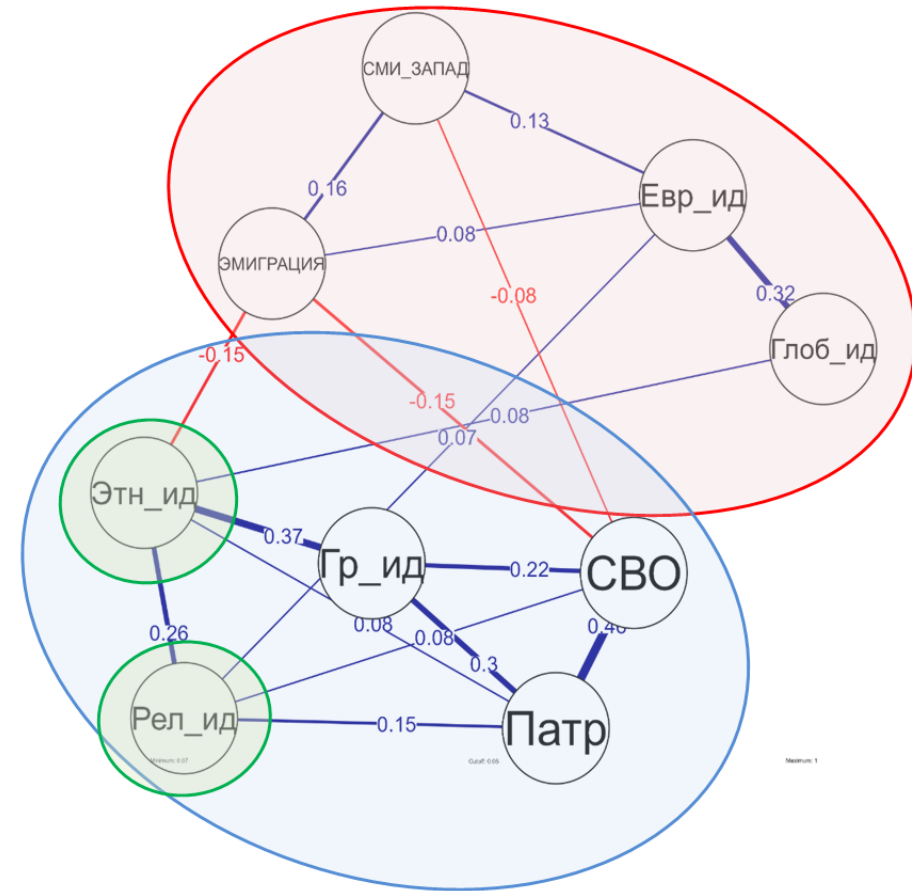


- Я считаю себя гражданином мира
- Я ощущаю себя частью мирового сообщества
- Я горжусь тем, что я гражданин мира
- Я счастлив быть гражданином мира

В сознании россиян существует два кластера связи патриотизма, социальных идентичностей, установки на поддержку СВО, эмиграционных намерений и уровня доверия западным СМИ.

В первый кластер, условно названный «Пророссийский» вошел прочный блок связей между патриотизмом, гражданской российской идентичностью, установкой на поддержку СВО, этнической идентичностью и религиозной идентичностью, где одним из центральных узлов выступило выраженное чувство патриотизма.

Во второй кластер, условно названный «Прозападный» вошел прочный блок связей между эмиграционными намерениями, доверием западным СМИ, европейской идентичностью и глобальной общечеловеческой идентичностью, где центральным узлом выступает выраженная европейская идентичность.





NATIONAL RESEARCH
UNIVERSITY

Представления о России

Образ страны является частью гражданского сознания и влияет на поведение граждан страны. При этом он может выступать в качестве стратегического ресурса обеспечения национальной безопасности страны.

Образ России многолик и противоречив, на что влияют разные факторы: от воздействия СМИ и политического конформизма до личного опыта взаимодействия и индивидуальных ценностей. Особенная поляризация мнений достигает своего пика в кризисные времена, поэтому важно осуществлять мониторинг отношения к стране.

Образ России в последние годы претерпевает изменения благодаря динамичным событиям мирового масштаба: нахлынувшей в 2019 году пандемии, начавшейся в 2022 году СВО, и до сих пор остается крайне подвижным и изменчивым.



NATIONAL RESEARCH
UNIVERSITY

Эмпирическое исследование было проведено в мае-августе 2022 года в онлайн формате с использованием платформы Anketolog. В исследовании приняли участие 2056 человек в возрасте от 16 до 74 лет, средний возраст составил 40,8 лет.

Опрос проводился в 8 федеральных округах.

Статистический анализ проводился с использованием программы SPSS 27.0. с приложением AMOS. Результаты исследования с помощью данной методики были подвергнуты факторному анализу, в котором были подтверждены 3 фактора, первоначально заложенные в опроснике, которые мы назвали: «Авторитет России в мире», «Внутренняя русофобия», «Потенциал и вектор развития России».

Трехфакторная модель структуры опросника «Представления о России в современном мире»
 Модель обладает следующими характеристиками: CMIN/df=5,444, CFI=0,977, GFI=0,976,
 RMSEA=0,047 Pclose=0,868.



NATIONAL RESEARCH
UNIVERSITY

Утверждения	Авторитет России в мире	Внутренняя русофобия	Потенциал и вектор развития России
Россия – крупный игрок на международной арене	0,72		
Президент России пользуется авторитетом в мире	0,83		
В глобальном мире Россия играет роль миротворца	0,78		
Россия - свободная, независимая страна	0,71		
Современная русофобия за рубежом вполне оправданна		0,64	
Россию заслуженно называют агрессором на Западе		0,79	
В России отсутствуют условия для самореализации личности		0,60	
Россия плохо справляется с западными санкциями		0,71	
Я планирую эмигрировать из России в ближайшее время		0,61	
Россия не должна стремиться быть похожей на Европу			0,59
России следует больше взаимодействовать со странами Азии			0,45
У России есть высокий потенциал для развития			0,72
Многокультурность России – ее мощный ресурс			0,59

Образ России	Поколение					F (4, 1927)	η_{p2}
	12-23 «цифровые аборигены»	24-34 «поколение устойчивого развития»	35-42 «послеперестроечное»	43-52 «реформенное Перестроечное»	53-80 «советское»		
	M (SD)	M (SD)	M (SD)	M (SD)	M (SD)		
Авторитет России	3,54 (0,90)a	3,80 (0,85)ab	3,93 (0,87)b	4,01 (0,94)c	3,85 (1,05)b	8,12***	0,02
Внутренняя русофобия	2,49 (0,94)a	2,26 (0,86)a	2,07 (0,78)b	2,00 (0,80)b	2,04 (0,87)b	13,15***	0,03
Потенциал и вектор развития России	3,71 (0,71)a	3,81 (0,68)a	3,96 (0,65)b	4,06 (0,68)b	4,01 (0,73)b	12,25***	0,03

Результаты регрессионного анализа взаимосвязи социальных идентичностей с представлениями о России (шкала «Авторитет России в мире»)

	Модель 1	Модель 2
Социально-демографические переменные		
Возраст	0,069**	-0,023
Пол	0,006	-0,006
Уровень образования	-0,055*	-0,027
Субъективный уровень дохода	0,132***	0,078***
Социальные идентичности		
Этническая идентичность		0,120***
Гражданская идентичность		0,517***
Религиозная идентичность		0,116***
Европейская идентичность		-0,079***
Глобальная идентичность		-0,037*
R ²	0,023	0,460
Δ R ²	0,023	0,437
F	11,997	193,532

Результаты регрессионного анализа взаимосвязи социальных идентичностей с представлениями о России (шкала «Внутренняя русофобия»)

	Модель 1	Модель 2
Социально-демографические переменные		
Возраст	-0,107***	-0,019
Пол	-0,009	-0,010
Уровень образования	0,051*	0,024
Субъективный уровень дохода	-0,130***	-0,083***
Социальные идентичности		
Этническая идентичность		-0,226***
Гражданская идентичность		-0,405***
Религиозная идентичность		-0,034
Европейская идентичность		0,144***
Глобальная идентичность		0,107***
R ²	0,028	0,400
Δ R ²	0,028	0,373
F	14,508	151,344

Примечание - * p < 0,05, ** p < 0,01, *** p < 0,001

Результаты регрессионного анализа взаимосвязи социальных идентичностей с представлениями о России (шкала «Потенциал и вектор развития России»)

	Модель 1	Модель 2
Социально-демографические переменные		
Возраст	0,131***	0,048**
Пол	-0,014	-0,020
Уровень образования	-0,027	0,000
Субъективный уровень дохода	0,093***	0,047**
Социальные идентичности		
Этническая идентичность		0,231***
Гражданская идентичность		0,413***
Религиозная идентичность		-0,001
Европейская идентичность		-0,142***
Глобальная идентичность		-,007
R ²	0,026	0,384
Δ R ²	0,026	0,358
F	13,463	141,387

Примечание - * p < 0,05, ** p < 0,01, *** p < 0,001

Результаты качественного исследования образа семьи у современной российской молодежи

42 полуструктурированных интервью (20- муж, 22- жен, возраст от 18 до 28 лет, жители разных регионов России)

Для анализа использовалось дедуктивно-индуктивное кодирование, тематический и метафорический анализ.

Компоненты образа семьи	Декларируемые смыслы	Скрытые смыслы	Расхождение декларированных и скрытых смыслов
<p>Экзистенциальный (ценностный) компонент</p>	<p>- Семья прямо описывается как высшая жизненная ценность и основа жизни. Она наполняет жизнь смыслом: <i>«семья самая важная что в жизни...надо к ней стремиться» (Катя, 24)</i></p> <p>- Семья - пространство тепла, любви и защищенности. Часто используются метафоры «крепость, укрытие» <i>«что-то теплое..., домашний уют, какое-то защищенное место» (Руслан, 25)</i></p> <p>- Семья задается как место принятия и укорененности: <i>«семья - это то место, которое дает возможность тебе заземлиться... Корням» (Илья, 28)</i></p> <p>- Одновременно семья декларируется как труд и ответственность. <i>«Первая ассоциация — это ответственность,.... что это любовь, но это работа"» (Альона, 24)</i></p>	<p>- За словами о любви часто стоит ценность онтологической безопасности, семья ценится не только как любовь, но и как убежище от внешней неопределенности <i>«не нужно что-то говорить объяснять почему ты такой» (Илья, 28)</i></p> <p>- У части респондентов семья ценна как способ собрать распадающийся мир в устойчивую форму <i>«семья- это антихаос» (Анастасия, 27)</i></p> <p>-У части респондентов семья связана с преодолением конечности индивидуальной жизни. <i>«наполнять свою жизнь смыслом через семью и детей» (Анна, 23).</i></p> <p>- В скрытом ценностном слое семья выступает как антипод индивидуализма. <i>«вопросы индивидуализма какого-либо здесь в моём представлении отпадают» (Алена, 24)</i></p> <p>- Семья скрыто кодируется как маркер нормальности и моральной полноценности. Это видно там, где семья описывается не просто как выбор, а как образ правильной биографии <i>«как пример того, как надо жить"» (Кирилл, 22)</i></p>	<p>Семья декларируется как свободно избираемая любовь, но скрыто часто выступает как ответ на тревогу, статусный дефицит или угрозу распада.</p> <p>На декларативном уровне семья описывается как тепло и опора, но в скрытом слое нередко превращается в моральную работу, испытание зрелости и отказ от себя.</p> <p>У части респондентов семья ценна и желанна, но одновременно описывается как институт, который должен быть оправдан зрелостью и дисциплиной</p>

Эмоциональный компонент

- Доминируют тепло, любовь, счастье и благодарность. *«самые теплые, самые приятные...» (Дина, 24); «что-то очень светлое, позитивное, теплое» (Кирилл, 22); «какие-то тёплые чувства возникают. Ну, счастье» (Елизавета, 21)*
- Семья вызывает чувство принятия и спокойствия. *«быть принятым, быть понятым» (Илья, 28)*
- Эмоции, связанные с ребенком и родительством, декларируются как смешанные, но в целом значимые. *«возможность пережить абсолютно весь спектр эмоций: от радости до злости и тревоги» (Дина, 24)*
- Для части респондентов тема детей окрашена тревогой. *«вторая у меня ассоциация с детьми — это страшно» (Лена, 25)*

- Под теплыми декларациями отчетливо проступает страх самоутраты. *«Я не хочу, чтобы дети «высасывали» жизнь или ставили её на паузу» (Анастасия, 26)*
- Скрытый слой эмоций связан не столько с ребенком как таковым, сколько с тревогой не справиться со своими реакциями. Респонденты описывают родительство как риск собственной эмоциональной несостоятельности *«выдержать свои эмоции тем способом, чтобы не покалечить случайно вот это вот маленькое безобидное существо» (Алена, 24)*
- В языке мужчин заметен страх потери автономии и свободы передвижения. Респонденты не просто говорят о сложностях, а использует метафору несвободы *«ты как вольная птица можешь действовать, а там уже приходится менять приоритеты» (Максим, 24)*
- У некоторых респондентов ребенок эмоционально амбивалентен: это одновременно любовь и раздражитель. Такая формулировка указывает на скрытую неидеализированность родительства *«какая-то очень странная смесь любви и раздражения» (Александр, 24)*

Прямой позитив постоянно соседствует с тревогой, перегрузкой и страхом утраты себя. Наиболее явная амбивалентность видна в высказываниях о детях. - Есть конфликт у женщин, которые не отказываются от материнства, но эмоционально описывают его как «страшное» событие.

Прагматический компонент

- Семья связывается с поддержкой, ресурсом и тылом. «Это основной ресурс (финансовый и психологический)» (Анастасия, 26); «это, конечно же, еще и поддержка, когда он может обратиться в любой момент» (Полина, 22)

- Создание семьи и рождение детей декларируются как зависящие от жилья, денег и устойчивой занятости. «не меньше 50 метров квадратных. Это важно» (Максим, 24); «Определённо должна быть финансовая стабильность... должно быть какое-то адекватное, хорошее местоживание» (Софья, 21)

- Значимым прагматическим условием считается предсказуемый работодатель и гибкие формы занятости. «для молодых мам разрешают [полную удаленку]» (Дина, 24).

- Семья мыслится как совместный проект, где обязанности и жертвы должны распределяться. «не должно быть такого, что только один человек жертвует полностью своими хобби и работой» (Дина, 24).

- В скрытом слое семья часто описывается как проект управления рисками. Это видно по языку чек-листа, порогов и допусков «базовый минимум» (Максим, 24); «кассовый разрыв» (Максим, 24).

- Респонденты используют экономические метафоры, что может свидетельствовать о сильной рационализации темы деторождения «Дети для меня, это ещё как актив-наследники» (Александр, 24); «ребенок — это «безвозвратное вложение»» (Артем, 26).

- В прагматическом подтексте ребенок часто выступает как фактор ограничения мобильности, потребления и карьерной гибкости «ребенок это сразу привязка» (Максим, 24); «если сейчас беременность приключится... хотя у нас как бы нет своего жилья» (Лена, 25).

- При этом скрытая функция семьи для многих респондентов не только в рождении детей, но и в перераспределении нагрузки между поколениями. Это видно в ожидании бабушек, дедушек и родительского ресурса «Мне бы хотелось, чтобы бабушки и дедушки помогли с ребенком» (Софья, 21)

На словах дети часто желанны, но в скрытом прагматическом слое семья превращается в высокопороговый проект, который можно бесконечно откладывать. Даже там, где семья декларируется как совместимая с карьерой, скрытая прагматика показывает очень сложную архитектуру согласований. Конфликт особенно заметен в рассуждениях о норме и комфорте: респонденты осуждают чрезмерный расчет, но сами мыслят через калькуляцию ресурсов.

гибкая. «такая нуклеарная семья — это наиболее частая ассоциация» (Софья, 21); «Большая семья: Я, муж, мои родители, его родители». (Анастасия, 26); «понятие семьи стало не таким жёстким, более подвижным» (Елизавета, 23).

- Для части респондентов семья начинается уже с пары, для других полнота семьи связана именно с детьми. «Просто для меня семья — это уже два человека» (Полина, 22); «в моей голове всё равно семья — это что-то, где есть не два человека, а больше, пара и дети» (Алена, 24);

- Идеальное число детей чаще всего описывается как «два» или «два-три». «двоих или троих» (Максим, 24); «Мне хотелось бы, наверное, вот двух, максимум трёх детей» (Софья, 21).

- Наличие сиблингов связывается с компаньонством и долгой взаимной поддержкой. «мне нравится какое-то вот компаньонство, которое есть между братьями и сестрами» (Дина, 24); «Чтобы они росли вместе и были друзьями» (Анастасия, 26).

пожизненным союзом, однако остается зоной особой лояльности. Респонденты прямо говорит о пластичности формы, но сохраняет ядро из безопасности и поддержки - > «семья, это не обязательно что-то на всю жизнь закрепляющее... понятие семьи стало не таким жёстким, более подвижным» (Елизавета, 23).

- Скрытая ценность двух-трех детей связана не с демографическим идеалом, а с управляемостью и недефицитностью внимания. «один ребёнок - это самое базовое меню. Два и более - это между средним и роскошным максимумом» (Александр, 24); «в многодетных... нет возможности... дать одинаковый какой-то уровень заботы» (Алена, 24).

- Расширенная семья на латентном уровне остается критически важной не как норма совместного проживания, а как инфраструктура помощи. «Мне бы хотелось, чтобы бабушки и дедушки помогали с ребенком» (Софья, 21); «Родители... это основной ресурс» (Анастасия, 26).

- Скрытая функция сиблингов часто описывается как страховка от одиночества и будущей смерти родителей. «родители потом их не станет, а вот братья-сестры, они дольше друг с другом, всю жизнь остаются» (Дина, 24).

могут быть и двое, но эмоционально более полной семьей все равно оказывается семья с детьми. Есть и другой разрыв: декларируется нуклеарная модель, но практическая жизнеспособность семьи связывается с расширенной родственной сетью.

В отношении многодетности тоже есть конфликт: она признается социальной нормой, но скрыто связывается с дефицитом внимания и иерархией.

Нормативный компонент

- Норма времени создания семьи чаще всего привязана к окончанию образования, первичной карьере и финансовой устойчивости. «примерно... 27-30» (Кирилл, 22); «после выпуска аспирантуры... лет 28 плюс-минус» (Софья, 21).

- Норма количества детей чаще всего формулируется как «один минимум» и «два-три как оптимум». «два-три — это как раз оптимально» (Дина, 24);

- В ряде интервью сохраняется прямой след «старой» пронаталистской нормы (нормы, направленной на повышение рождаемости). «Раньше... воспринималась как что-то обязательное. Обязательство человека завести семью. И чем раньше, тем лучше» (Александр, 24).

- Сохраняются и гендерные нормативные ожидания. «чтобы ты мог обеспечить как мужчина свою вторую половинку» (Кирилл, 22); «мне кажется, нормальным, когда женщина больше времени проводит с ребенком» (Софья, 21).

- Нормы заметно дрейфуют от обязательности к условности и индивидуальному согласованию. Это прослеживается там, где респонденты описывают собственный отход от прежней нормы «если раньше для меня наличие детей было обязательством... то потом пришёл к выводу, что дети, это абсолютно опционально» (Александр, 24).

- Происходит дрейф от жесткой формы семьи к подвижной и пересобираемой. Респонденты называют семью более гибким понятием «понятие семьи стало не таким жёстким, более подвижным» (Елизавета, 23).

- При этом внешнее нормативное давление не исчезает, а меняет форму: вместо прямого приказа - мягкая, но настойчивая темпоральная тревога. Респонденты используют формулу «часики тикают», что может свидетельствовать о переживании навязанного дедлайна брака и материнства «общество отчасти тебе эту потребность навешивает... это какая-то структура, которая тоже на меня навешана, потому что вот как бы часики тикают» (Алена, 24).

- Норма дрейфует в сторону более позднего, психологически и экономически подготовленного родительства. «люди ставят себе обычно какой-то дедлайн, типа вот, я до 30 отдыхаю, в 30 я должна... они же многие не готовы» (Лена, 25); «в большей части эта готовность должна быть психологическая» (Лена, 25).

- В отношении бездетности дрейф двойственный: она уже легитимна как вариант, но не всегда эмоционально равноправна. «К семьям без детей... нормально» (Александр, 24); «если ты очень долго уже без детей

На декларативном уровне семья и дети по-прежнему звучат как социально одобряемая траектория, но в скрытом слое норма уже смещена к приватному выбору, отсрочке и условности.

Второе расхождение: проговаривается идеал ранней или своевременной семьи, но фактическая норма стала зависеть от длинного списка условий.

Третье расхождение: нормой по-прежнему считается рождение детей, но скрытая норма уже допускает их меньшее число, более позднее появление и даже отказ, если условия не подходят.



Национальный исследовательский
университет «Высшая школа экономики»

Центр социокультурных
исследований (ЦСКИ)

Отношение молодежи к цифровому рублю

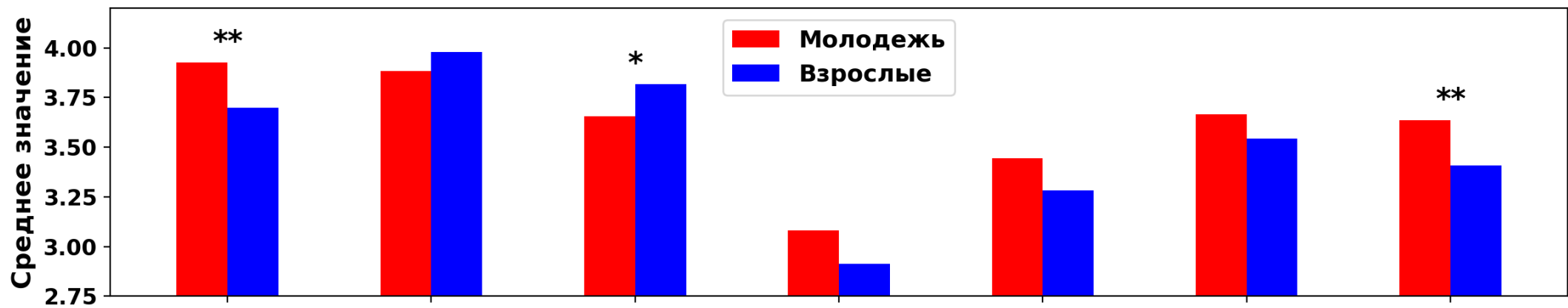
Исследования было организовано онлайн, поскольку нам были нужны респонденты, которые являются активными пользователями интернета, и, соответственно, именно они являются той аудиторией людей, которые потенциально могут использовать цифровые валюты, в том числе и цифровой рубль. Исследование было организовано на платформе anketolog.ru

Выборка. В исследовании приняли участие молодежь 103 чел, возраст - средний возраст 25,4 года и взрослые респонденты 102 чел., средний возраст 50,1 год.



1. **Опросник «Методика оценки отношения к цифровому рублю».** Мы использовали модифицированную версию опросника оценки принятия цифровых валют Центрального банка (acceptance of central bank digital currencies - CBDC) (Söilen, Benhayoun, 2021). В оригинальной версии опросника речь идет о «цифровой валюте центрального банка». Мы заменили эту формулировку на формулировку «цифровой рубль».
 - Оригинальная версия методики включает следующие шкалы:
 - 1) *Ожидания эффективности от использования* – данный параметр показывает, насколько использование цифрового рубля повысит эффективность финансовых транзакций и упростит управление ими.
 - 2) *Ожидания в отношении количества затраченных усилий* – данный параметр показывает, насколько в соответствии с представлениями респондента, ему будет легко или трудно овладеть рассматриваемой цифровой валютной системой.
 - 3) *Условия для использования* – параметр показывает, насколько государство сформировало условия для использования цифровой валюты: инфраструктура, обучение, необходимая техническая поддержка.
 - 4) *Социальное влияние* – данный параметр показывает, насколько человек ориентируется на мнение значимых для него людей в части использования государственной цифровой валюты.
 - 5) *Доверие валютной системе* – параметр показывает, насколько респондент доверяет Центральному банку и всей цифровой валютной системе государства.
 - 6) *Поведенческие интенции* – данный параметр показывает, насколько активно респондент намерен использовать цифровой рубль, когда он станет доступным.
 - 7) *Предполагаемое использование* – утверждения данной шкалы позволяют оценить спектр сфер, в которых респондент планирует использовать цифровой рубль.

Татарко А. Н., Родионов Г. Я., Николаева К. И. Разработка методики «Оценка принятия цифрового рубля» (ОПЦР) // Социальная психология и общество. 2025. Т. 16. № 3. С. 164–182



Ожидания эффективности от использования

Ожидания в отношении количества затраченных усилий

Условия для использования

Социальное влияние

Доверие валютной системе

Поведенческие интенции

Предполагаемое использование



Молодежь отличается от взрослых логикой принятия цифрового рубля

Молодежь

Технологическая модель

Удобство и скорость

«Как пользоваться?»

Взрослые

Институциональная модель

Надежность и безопасность

«Можно ли доверять?»



Полученные результаты демонстрируют два принципиально разных психологических сценария принятия цифрового рубля

Молодежь воспринимает цифровой рубль прежде всего как **технологию**. Для нее критически важны:

- простота использования,
- скорость освоения,
- встроенность в повседневные цифровые практики.

Иными словами, молодежь отвечает на вопрос:

«Насколько это удобно и быстро?»

По шкалам «ожидания усилий» и «предполагаемое использование» у молодежи выше значения и это означает:

☞ барьер входа — не доверие, а **пользовательский опыт**.

Взрослая аудитория, напротив, воспринимает цифровой рубль как **финансовый институт**.

Для нее ключевыми становятся:

- доверие к системе,
- гарантии безопасности,
- институциональная надежность.

Она отвечает на другой вопрос:

«Насколько это безопасно и можно ли этому доверять?»

Если различия значимы по шкале «доверие валютной системе», это критический сигнал:

☞ внедрение цифрового рубля упирается не в технологию, а в **доверие к государственному финансовому контуру**.



Исследование фиксирует два разных когнитивных сценария:

- молодёжь → **«технологическая модель»**
(оценка через удобство и скорость)
- взрослые → **«институциональная модель»**
(оценка через доверие и контроль)

Это не градация, а **разные системы принятия решений.**

Нельзя масштабировать продукт без сегментации

Нужны две разные стратегии внедрения:

Для молодёжи:

- упор на сценарии использования (платежи, переводы, сервисы),
- интеграция в привычные цифровые экосистемы,
- демонстрация выигрыша по удобству.

Для взрослых:

- акцент на гарантиях, защите

• разъяснение механизмов безопасности,

• институциональная коммуникация (а не продуктовая).

- Выявлены различия в ценностных профилях у россиян, принадлежащих к разным поколениям. Для более старших поколений (старше 43 лет) более важны ценности Самостоятельности, Традиции, Конформизма, для младших (моложе 43) – ценности Самостоятельности, Гедонизма и Стимуляции.
- У молодых людей в большей мере выражены **европейская и глобальная идентичности**, у людей среднего и старшего возраста – **этническая, гражданская и религиозная идентичности**.
- У молодых людей меньше выражены позитивные представления о России («Авторитет России в мире», «Потенциал и вектор развития России») и больше выражена «Внутренняя русофобия»
- Выраженные этническая, гражданская, религиозная идентичности и низкая выраженность европейской и глобальной идентичности предсказывают представления россиян о том, что Россия имеет значительный авторитет в современном мире.
- Представлениям, отражающим внутреннюю русофобию, способствуют: выраженные глобальная и европейская идентичности, низкий уровень дохода и более молодой возраст. Препятствуют внутренней русофобии выраженные этническая и гражданская идентичности.
- Высокой оценке потенциала и вектора развития России (Согласие с утверждениями: «Россия не должна стремиться быть похожей на Европу», «России следует больше взаимодействовать со странами Азии», «У России есть высокий потенциал для развития», «Многокультурность России – ее мощный ресурс») способствуют: выраженные этническая и гражданская идентичности, более старший возраст и более высокий доход. Препятствуют высокой оценке потенциала и вектора развития России: выраженная европейская идентичность, более молодой возраст и низкий доход.

- В интервью молодых людей семья почти никогда не отвергается как ценность. На манифестном уровне она остается теплом, поддержкой, близостью, «крепостью», «тылом» и главным жизненным ориентиром. Но на латентном уровне образ семьи заметно меняется: семья больше не воспринимается как безусловная норма по умолчанию, а становится высоко-требовательным проектом, который должен быть психологически выдержан, материально просчитан и организационно обеспечен.
- Главный парадокс состоит в том, что молодежь символически остается про-семейной, но практически описывает семью через язык инфраструктуры, риска, нагрузки и дедлайнов. Отсюда и ключевое напряжение: семья переживается одновременно как смысл и как испытание, как опора и как ограничение, как норма и как предмет частного торга.
- Молодежь и взрослые респонденты демонстрируют разные сценарии отношения к цифровому рублю: молодежь представляет **«технологическую модель»** (оценка через удобство и скорость), взрослые - **«институциональную модель»** (оценка через доверие и контроль). Это **разные системы принятия решений**.
- Данные межпоколенные различия отражают не только возрастные особенности, но и социально-политические и экономические реалии социализации современных молодых людей в условиях глобальных вызовов и нуждаются в анализе и учете при принятии решений.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Центр социокультурных исследований НИУ ВШЭ
(<https://scr.hse.ru/>)

Н.М. Лебедева
nlebedeva@hse.ru