

РБК × IZMENI SOZNANIE

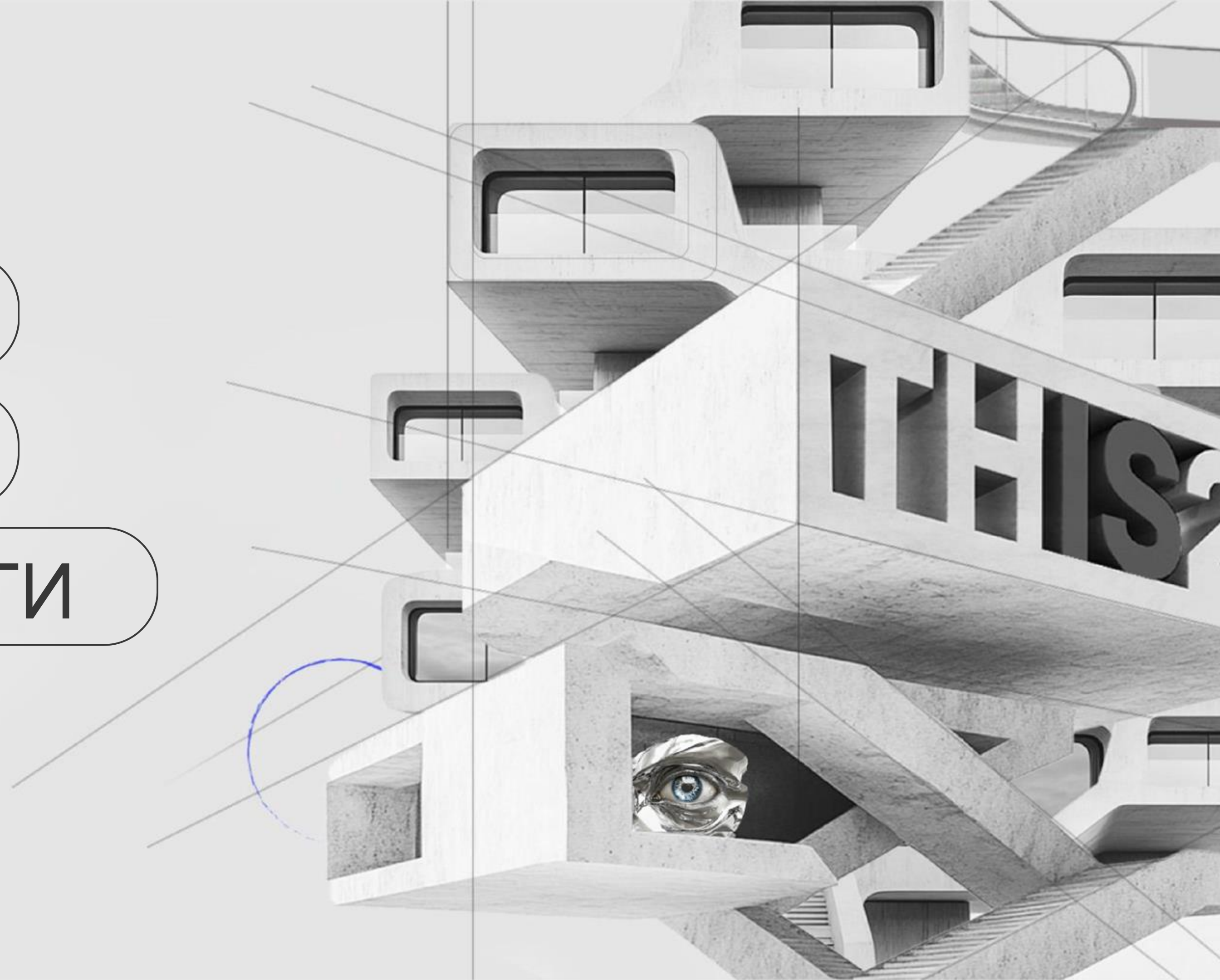
Д  НЬГИ

СТР  СС

Ц  ННОСТИ

Феноменология  
среднего класса

Апрель 2025



РБК × IZMENI SOZNANIE

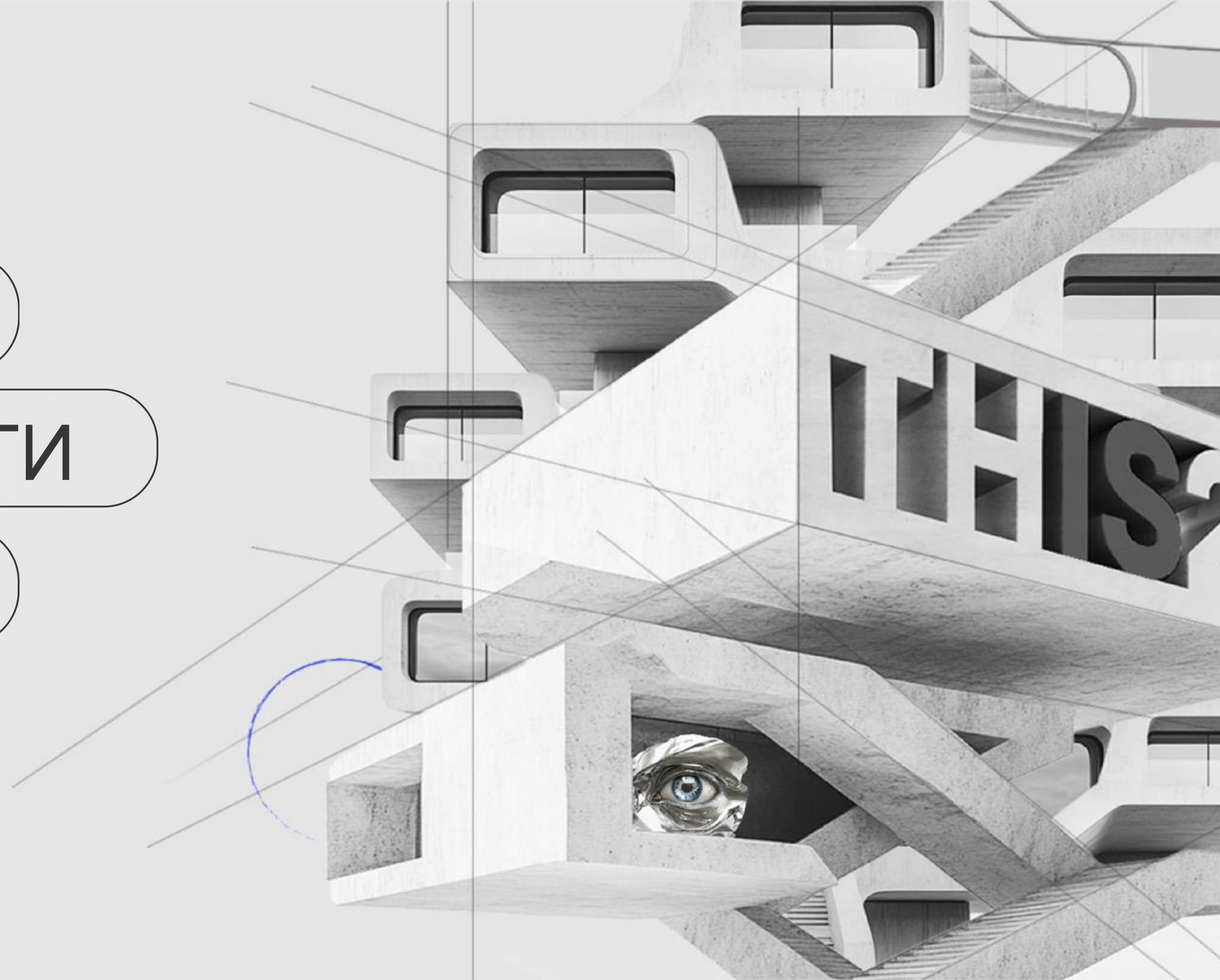
Д  НЬГИ

Ц  ННОСТИ

СТР  СС

Феноменология  
среднего класса

Апрель 2025







# Что с экономикой?

**+2,5 %**  
ВВП (прогноз)

**7,6 %**  
инфляция  
(прогноз)

**21 %**  
ключевая  
ставка ЦБ

**Рекордно  
низкая  
безработица**

конкуренция за рабочую силу

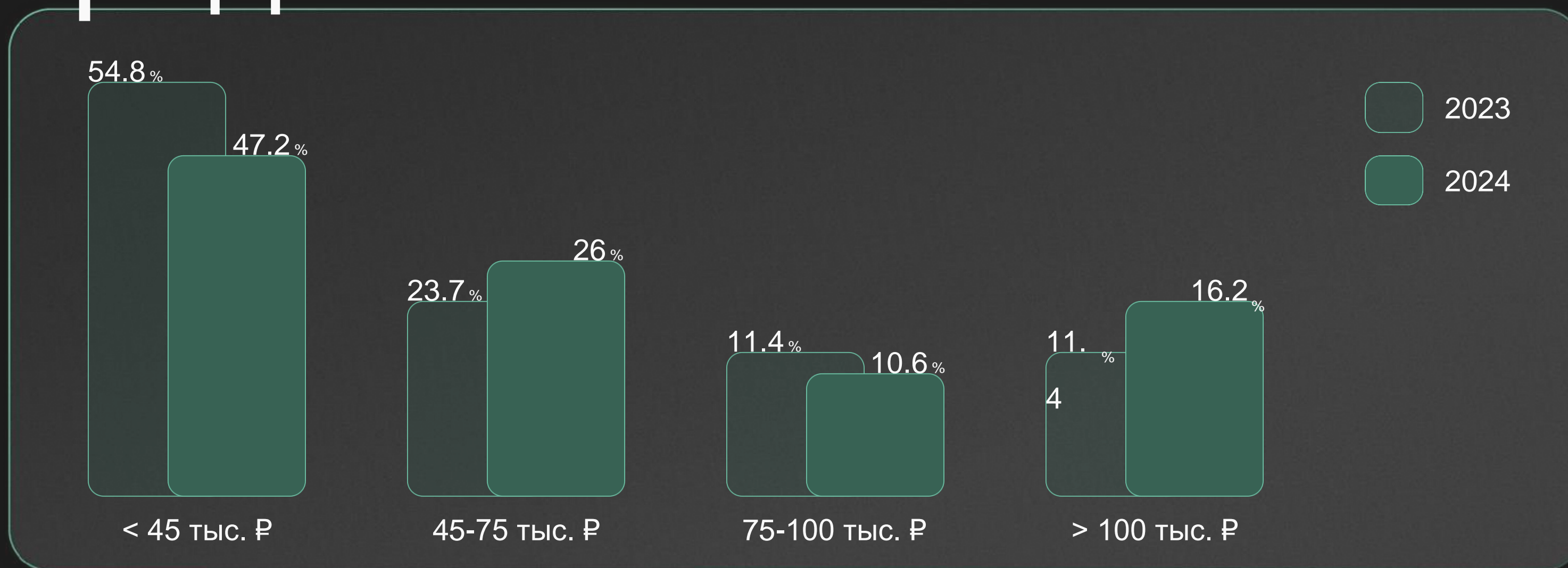
**+7,8 %**  
инвестиции

**+7,7 %**  
потребительский  
спрос

**+9,2 %**  
увеличение реальных  
доходов населения



# Почему говорим про средний класс?



тяготение к расслоению  
(бедные беднеют,  
богатые богатеют)  
больше всего движений  
происходит именно тут  
(«новые обеспеченные»,  
нацпроекты и тп)

**0,408**

Коэффициент Джинни  
высокий уровень  
неравенства





Средний класс,  
что ты такое?



#1

По определению среднего класса необходима комбинация 3 критериев (доход, нефизический труд, высшее образование). Учитывая инициативы по усилению среднего профильного образования, дефицит рабочих профессий, их доходы и проч., определение для реалий РФ надо бы пересмотреть

#2

Для определения принадлежности к среднему классу обычно используется критерий >1.25 медианного дохода; в текущей экономической ситуации это довольно слабый критерий

>50%

Самоопределение

Широкий средний класс

38–47%

Доход в основном

«Периферия»

23–28%


Доход + образование или нефизический труд

«Ядро»

10–15%

Доход, образование, нефизический труд

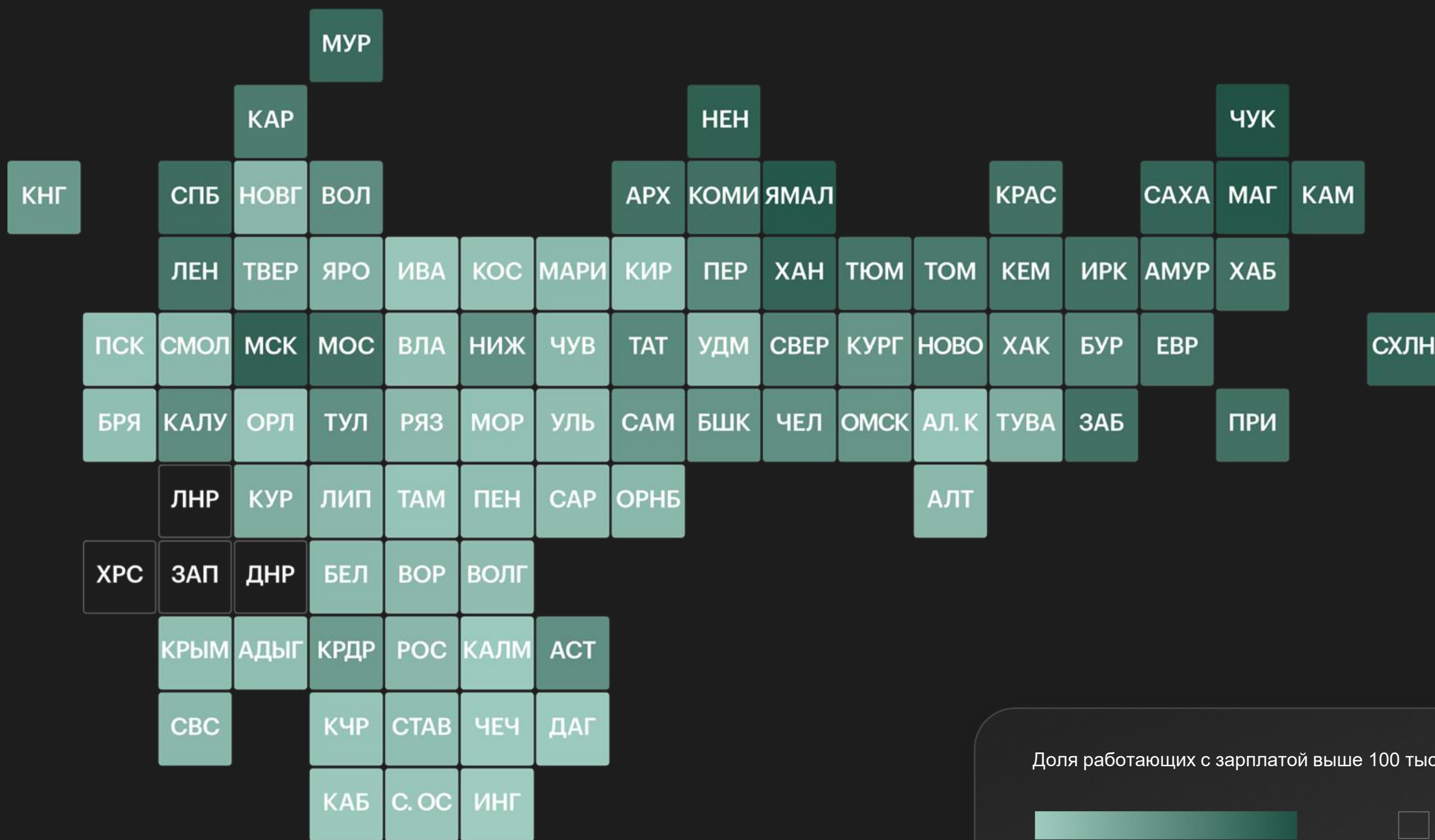




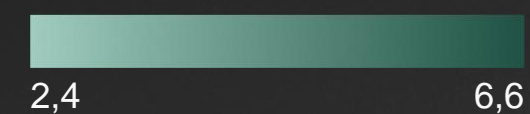
Средний класс,  
где ты?



где ты?



Доля работающих с зарплатой выше 100 тыс. руб. в мес., %



Нет данных





Средний класс, или  
новые обеспеченные?



как ты тратишь?

Доход (источники, уровень, стабильность)

## Традиционный средний класс

Доход

Давление возможно, но стабильность обеспечивается через квалификацию

## Новые обеспеченные

Доход

Преимущественно з/п, выплаты, реже предпринимательство. Уровень дохода может быть высоким, но «конъюнктурным».



«Новые обеспеченные»  
Сотрудники отраслей, участвующих в импортозамещении (машиностроение, химическая промышленность, производство одежды, электрооборудования, компьютеров, IT и др.)  
Работники предприятий ОПК и ассоциированных  
Участники СВО и их семьи (частично) сфера услуг, логистика  
Драйверы: гос заказ, гос расходы, дефицит кадров





как ты тратишь?

Доход

Образование и проф статус

## Традиционный средний класс

Доход

Давление возможно, но стабильность обеспечивается через квалификацию

Ценности и образ жизни

Образование, культуры, ЗОЖ, саморазвития

## Новые обеспеченные

Доход

Преимущественно з/п, выплаты, реже предпринимательство. Уровень дохода может быть высоким, но «конъюнктурным».

Ценности и образ жизни

Материальное благополучие «здесь и сейчас»

«Новые обеспеченные»  
Сотрудники отраслей, участвующих в импортозамещении (машиностроение, химическая промышленность, производство одежды, электрооборудования, компьютеров, IT и др.)  
Работники предприятий ОПК и ассоциированных  
Участники СВО и их семьи (частично) сфера услуг, логистика  
Драйверы: гос заказ, гос расходы, дефицит кадров



как ты тратишь?

- Доход
- Образование
- Потребительское поведение

Традиционный средний класс

Доход

Давление возможно, но стабильность обеспечивается через квалификацию

Ценности и образ жизни

Образование, культуры, ЗОЖ, саморазвития

Сберегательное поведение

Склонность к сбережениям и инвестированию

Новые обеспеченные

Доход

Преимущественно з/п, выплаты, реже предпринимательство. Уровень дохода может быть высоким, но «конъюнктурным».

Ценности и образ жизни

Материальное благополучие «здесь и сейчас»

Сберегательное поведение

Скорее ориентация на потребление, а не сбережение

«Новые обеспеченные»

Сотрудники отраслей, участвующих в импортозамещении (машиностроение, химическая промышленность, производство одежды, электрооборудования, компьютеров, IT и др.)

Работники предприятий ОПК и ассоциированных

Участники СВО и их семьи (частично) сфера услуг, логистика

Драйверы: гос заказ, бюджетный импульс, дефицит кадров





как ты тратишь?

- Доход
- Образование
- Потреб. поведение
- Сберегательное поведение

Традиционный средний класс

Доход

Давление возможно, но стабильность обеспечивается через квалификацию

Ценности и образ жизни

Образование, культуры, ЗОЖ, саморазвития

Сберегательное поведение

Склонность к сбережениям и инвестированию

Образование и проф статус

Наличие высшего образования и статуса специалиста/руководителя

Новые обеспеченные

Доход

Преимущественно з/п, выплаты, реже предпринимательство. Уровень дохода может быть высоким, но «конъюнктурным».

Ценности и образ жизни

Материальное благополучие «здесь и сейчас»

Сберегательное поведение

Скорее ориентация на потребление, а не сбережение

Образование и проф статус

Значительная доля представителей рабочих специальностей, людей без образования

«Новые обеспеченные»  
Сотрудники отраслей, участвующих в импортозамещении (машиностроение, химическая промышленность, производство одежды, электрооборудования, компьютеров, IT и др.)  
Работники предприятий ОПК и ассоциированных  
Участники СВО и их семьи (частично) сфера услуг, логистика  
Драйверы: гос заказ, гос расходы, дефицит кадров



как ты тратишь?

- Доход
- Образование
- Потреб. поведение
- Сбер. поведение
- Ценности и образ жизни

Традиционный средний класс

Доход

Давление возможно, но стабильность обеспечивается через квалификацию

Ценности и образ жизни

Образование, культуры, ЗОЖ, саморазвития

Сберегательное поведение

Склонность к сбережениям и инвестированию

Образование и проф статус

Наличие высшего образования и статуса специалиста/руководителя

Потребительское поведение

Более сдержанное, рациональное

Новые обеспеченные

Доход

Преимущественно з/п, выплаты, реже предпринимательство. Уровень дохода может быть высоким, но «конъюнктурным».

Ценности и образ жизни

Материальное благополучие «здесь и сейчас»

Сберегательное поведение

Скорее ориентация на потребление, а не сбережение

Образование и проф статус

Значительная доля представителей рабочих специальностей, людей без образования

Потребительское поведение

Модель «гиперкомпенсации», особенно на первое время

«Новые обеспеченные»

Сотрудники отраслей, участвующих в импортозамещении (машиностроение, химическая промышленность, производство одежды, электрооборудования, компьютеров, IT и др.)

Работники предприятий ОПК и ассоциированных

Участники СВО и их семьи (частично) сфера услуг, логистика

Драйверы: гос заказ, гос расходы, дефицит кадров





Средний класс, где ты?

### Традиционный средний класс

Столичные центры  
(Москва + МО, СПб)

Города-миллионники с развитой  
экономической инфраструктурой (Казань,  
Новосибирск, Екатеринбург и тп)

### Новые обеспеченные

Добывающие регионы (Северные  
и дальневосточные регионы), небольшие города

Города-миллионники с развитой экономической  
инфраструктурой (Казань, Новосибирск,  
Екатеринбург и т. п.), промышленные центры, города-  
спутники

Столичные центры (!!!)





Средний класс,  
что у тебя с деньгами?



что у тебя с деньгами?

## Адаптивная осторожность

Рост сбережений (ставки по вкладам!) +  
стремление поддержать качество жизни через  
увеличение расходов на доступные удовольствия  
(компенсаторное поведение)



что у тебя с деньгами?

## Адаптивная осторожность

Рост сбережений (ставки по вкладам!) +  
стремление поддержать качество жизни через  
увеличение расходов на доступные удовольствия  
(компенсаторное поведение)

## Умеренная потребительская уверенность

Потребительские настроения  
стабилизировались, но готовность к крупным  
покупкам ограничена





что у тебя с деньгами?

## Адаптивная осторожность

Рост сбережений (ставки по вкладам!) +  
стремление поддержать качество жизни через  
увеличение расходов на доступные удовольствия  
(компенсаторное поведение)

## Доверие к финансовым институтам

Растет доверие к вкладам, как инструменту  
сбережений; падает доверие к кредитам (при  
этом кредиты берут но мечтают избавиться  
от долгов)

## Умеренная потребительская уверенность

Потребительские настроения  
стабилизировались, но готовность к крупным  
покупкам ограничена



что у тебя с деньгами?

## Адаптивная осторожность

Рост сбережений (ставки по вкладам!) + стремление поддержать качество жизни через увеличение расходов на доступные удовольствия (компенсаторное поведение)

## Страх потери работы/снижения дохода

Один из ключевых стрессоров, особенно для работающих по найму. Рост роли подработок, доходов от собственности, предпринимательской деятельности

## Доверие к финансовым институтам

Растет доверие к вкладам, как инструменту сбережений; падает доверие к кредитам (при этом кредиты берут но мечтают избавиться от долгов)

## Умеренная потребительская уверенность

Потребительские настроения стабилизировались, но готовность к крупным покупкам ограничена



что у тебя с деньгами?

## Адаптивная осторожность

Рост сбережений (ставки по вкладам!) + стремление поддержать качество жизни через увеличение расходов на доступные удовольствия (компенсаторное поведение)

## Финансовая тревожность

Инфляционные ожидания и реальный рост цен остаются главным фактором беспокойства (27%) и влияют на потребительские решения. Рост опасений мошенничества

## Страх потери работы/снижения дохода

Один из ключевых стрессоров, особенно для работающих по найму. Рост роли подработок, доходов от собственности, предпринимательской деятельности

## Доверие к финансовым институтам

Растет доверие к вкладам, как инструменту сбережений; падает доверие к кредитам (при этом кредиты берут но мечтают избавиться от долгов)

## Умеренная потребительская уверенность

Потребительские настроения стабилизировались, но готовность к крупным покупкам ограничена





что у тебя с деньгами?

## Адаптивная осторожность

Рост сбережений (ставки по вкладам!) + стремление поддержать качество жизни через увеличение расходов на доступные удовольствия (компенсаторное поведение)

## Финансовая тревожность

Инфляционные ожидания и реальный рост цен остаются главным фактором беспокойства (27%) и влияют на потребительские решения. Рост опасений мошенничества

## Страх потери работы/снижения дохода

Один из ключевых стрессоров, особенно для работающих по найму. Рост роли подработок, доходов от собственности, предпринимательской деятельности

## Доверие к финансовым институтам

Растет доверие к вкладам, как инструменту сбережений; падает доверие к кредитам (при этом кредиты берут но мечтают избавиться от долгов)

## Умеренная потребительская уверенность

Потребительские настроения стабилизировались, но готовность к крупным покупкам ограничена

## Сильная дифференциация

«Ядро» (сбережения, инвестиции) отличается от «периферии» и от «новых обеспеченных» (гиперкомпенсация)





Средний класс,  
как ты тратишь?



как ты тратишь?

## Ключевые статьи

данные по РФ в целом, 2023/2024

~36 %  
одежда, обувь,  
техника и др.

~2 %  
алкоголь и табак

>60 %  
экономят на еде  
вне дома,  
деликатесах

~2 %  
на путешествиях

~32 %  
продукты питания

~25 %  
ЖКУ, связь,  
транспорт,  
медицина,  
образование

~50–55 %  
на одежде и обуви

~50–55 %  
на развлечениях,  
досуге

Переключение на СТМ, новые бренды, дискаунтеры, прочие заменители (как формат рационального поведения)

## Тенденции экономии

опросы 2023–2024



Роль информации:

Повышение ценовой чувствительности, более тщательное планирование покупок, активный поиск информации о товарах и ценах «Умный шоппинг»:

Приоритет соотношения цена/качество. Бренд сохраняет значение, но потребители не готовы переплачивать только за имя. Важны долговечность, функциональность, «соотношение цены и ценности». Снижение импульсивности:

Отказ от спонтанных покупок, особенно дорогостоящих.

Роль информации:

Повышается значимость отзывов других покупателей, обзоров и рекомендаций

Онлайн vs Офлайн:

Рост онлайн-торговли (+28% в 2023 г.), особенно через маркетплейсы. Но офлайн сохраняет роль для «оценки качества и примерки».



как ты тратишь?

## Ключевые сдвиги

данные по РФ в целом, 2023

~36 %  
одежда, обувь,  
техника и др.

~32 %  
продукты питания

ЖКУ, связь,  
транспорт,  
медицина,  
образование

~50–55 %  
на одежде и обуви

на развлечениях,  
досуге

Повышается значимость отзывов других покупателей, обзоров и рекомендаций  
Онлайн vs Офлайн:  
Рост онлайн-торговли (+28% в 2023 г.), особенно через маркетплейсы. Но офлайн сохраняет роль для «оценки качества и примерки».

## «Компенсаторные» траты

Возможен рост трат на доступные удовольствия для снятия стресса (в т. ч. импульсивные — от доставки еды до ритейл-терапии)

Переключение на СТМ, новые бренды, дискаунтеры, прочие заменители (как формат рационального поведения)



Средний класс,  
а финансовые цели?





а финансовые цели?

## Покупка/улучшение жилья (вкл. ремонт)

ВЫСОКАЯ

(ремонт — 22%, покупка — 10%)

Ипотека (для покупки), накопления на вкладах, возможно, продажа старых активов

## Образование

(свое/детей)

СРЕДНЯЯ (15%)

Накопления на вкладах, образовательные кредиты, возможно, инвестиции

## Отпуск/Путешествия

ВЫСОКАЯ

Текущие доходы, краткосрочные накопления

## Заккрытие кредитов/ипотеки

ОЧЕНЬ ВЫСОКАЯ

(43% мечтают)

Рефинансирование (если выгодно), направление части доходов/сбережений на досрочное погашение

## Инвестирование (как самоцель/для роста капитала)

СРЕДНЯЯ/РАСТУЩАЯ

Акции, облигации, ПИФы, недвижимость

## Пенсионные накопления

РАСТУЩАЯ

(в т.ч. через ПДС)

Вклады, инвестиции (акции, облигации, ПИФы), ПДС, недвижимость (как источник рентного дохода)

## Создание «подушки безопасности»

ВЫСОКАЯ

Банковские вклады, наличные (частично)

## Покупка автомобиля

СРЕДНЯЯ (13%)

Автокредиты, накопления на вкладах



Средний класс,  
что про ценности?





## Семья и дети

Забота о благополучии детей, их здоровье и образовании является центральной жизненной установкой.

Семья рассматривается в широком смысле слова (значимые близкие)

## Безопасность и стабильность

Высокий запрос на предсказуемость в условиях турбулентности.  
Ценность «твердой почвы под ногами»

## Прагматизм и адаптивность

«Ориентация на здравый смысл, конкретную пользу, умение приспосабливаться к обстоятельствам»

## Работа

Важна как источник дохода и самореализации, но растет запрос на баланс «работа-жизнь»

## Здоровье

Растущее внимание к своему здоровью и здоровью близких, профилактике. Для «ядра» в том числе ментальному



65 %  
Здоровье

46 %  
Семья

46 %  
Интересная работа

34 %  
Эмоциональная  
насыщенность

31 %  
Материальная  
обеспеченность

15 %  
Свобода

1 %  
1 %  
Общественное признание



Средний класс,  
а если проверить?





а если проверить?

«Тихий люкс» / Незаметное  
потребление

Переключение от демонстративности, фокус  
на качестве и долговечности («ядро» и  
«периферия»)



а если проверить?

«Тихий люкс» / Незаметное  
потребление

Опыт важнее вещей?

Спрос на впечатления сохраняется,  
но смещается в доступные форматы  
(локальный туризм, онлайн–курсы, выставки,  
концерты и прочий experience-досуг)



а если проверить?

«Тихий люкс» / Незаметное  
потребление

Опыт важнее вещей?

Путешествия

Резкое снижение выезда за рубеж. Рост  
внутреннего туризма, автопутешествий,  
поездки на дачу



а если проверить?

«Тихий люкс» / Незаметное  
потребление

Опыт важнее вещей?

Путешествия

Инвестиции в дом и семью

Траты на обустройство жилья, товары  
для детей, совместный досуг





а если проверить?

«Тихий люкс» / Незаметное  
потребление

Опыт важнее вещей?

Путешествия

Инвестиции в дом и семью

Домоцентричность

«Дом становится центром не только быта,  
но и досуга, общения, саморазвития»



а если проверить?

«Тихий люкс» / Незаметное  
потребление

Опыт важнее вещей?

Путешествия

Инвестиции в дом и семью

Домоцентричность

Социализация

«Фокус на общении с узким кругом  
доверенных лиц — семьей и близкими  
друзьями»



а если проверить?

«Тихий люкс» / Незаметное  
потребление

Опыт важнее вещей?

Путешествия

Инвестиции в дом и семью

Домоцентричность

Социализация

Забота о здоровье

Траты на качественные продукты,  
медицину, спорт



а если проверить?

«Тихий люкс» / Незаметное  
потребление

Опыт важнее вещей?

Путешествия

Инвестиции в дом и семью

Домоцентричность

Социализация

Забота о здоровье

Культурный досуг

Сохранение интереса к кино (в т.ч. стриминг),  
театрам, выставкам — но с учетом  
соотношения цена VS ценность





а если проверить?

«Тихий люкс» / Незаметное  
потребление

Опыт важнее вещей?

Путешествия

Инвестиции в дом и семью

Домоцентричность

Социализация

Забота о здоровье

Культурный досуг

Хобби как антистресс и заработок

95% россиян используют хобби для снятия  
стресса; для 26% это источник доп. дохода  
(опрос ORO, 2024)



Средний класс,  
что тебя беспокоит?



что тебя беспокоит?

40 %

Испытывают стресс  
в настоящее  
время  
Ромир (2024)

57 %

Испытывали  
стресс в 2022 г.  
ВЦИОМ (2024)

90 %

Сталкиваются  
со стрессом (с разной  
частотой)  
ВЦИОМ (2024)

47 %

Испытывали нервные  
расстройства/депресс  
ию (за год)  
НИУ ВШЭ (2024)

Распространенность стресса



что тебя беспокоит?

40 %

Испытывают стресс  
в настоящее  
время  
Ромир (2024)

57 %

Испытывали  
стресс в 2022 г.  
ВЦИОМ (2024)

90 %

Сталкиваются  
со стрессом (с разной  
частотой)  
ВЦИОМ (2024)

Распространенность стресса

47 %

Испытывали нервные  
расстройства/депресс  
ию (за год)  
НИУ ВШЭ (2024)

19 %

6% + 13%  
постоянно + часто

Регулярно

ВЦИОМ (2024)

Частота стресса

34 %

Редко

ВЦИОМ (2024)

37 %

Иногда

ВЦИОМ (2024)





что тебя беспокоит?

40 %

Испытывают стресс  
в настоящее  
время  
Ромир (2024)

57 %

Испытывали  
стресс в 2022 г.  
ВЦИОМ (2024)

90 %

Сталкиваются  
со стрессом (с разной  
частотой)  
ВЦИОМ (2024)

Распространенность стресса

47 %

Испытывали нервные  
расстройства/депресс  
ию (за год)  
НИУ ВШЭ (2024)

19 %

6% + 13%  
постоянно + часто  
Регулярно  
ВЦИОМ (2024)

Частота стресса

34 %  
Редко

ВЦИОМ (2024)

37 %  
Иногда

ВЦИОМ (2024)

16.4 %  
Сильный стресс

НИУ ВШЭ (2024)

44.4 %  
Слабый стресс

НИУ ВШЭ (2024)

Интенсивность стресса

39.1 %  
Умеренный стресс

НИУ ВШЭ (2024)



что тебя беспокоит?

40 %

Испытывают стресс  
в настоящее  
время  
Ромир (2024)

57 %

Испытывали  
стресс в 2022 г.  
ВЦИОМ (2024)

90 %

Сталкиваются  
со стрессом (с разной  
частотой)  
ВЦИОМ (2024)

47 %

Испытывали нервные  
расстройства/депресс  
ию (за год)  
НИУ ВШЭ (2024)

Распространенность стресса

19 %

6% + 13%  
постоянно + часто

Регулярно

ВЦИОМ (2024)

Частота стресса

34 %

Редко

ВЦИОМ (2024)

37 %

Иногда

ВЦИОМ (2024)

16.4 %

Сильный стресс

НИУ ВШЭ (2024)

44.4 %

Слабый стресс

НИУ ВШЭ (2024)

Интенсивность стресса

39.1 %

Умеренный стресс

НИУ ВШЭ (2024)

27/18/54 %

страх/обеспокоенность ростом цен

Финансы / Инфляция /

Рост цен

НАФИ/ВСК (2023) / ВЦИОМ (2022) /  
Левада (2024)

Основные стрессоры  
(Причины стресса/опасений)

30 %

страх

Боязнь тяжелой

болезни

НАФИ/ВСК (2023)

26 %

страх

Страх за детей

НАФИ/ВСК (2023)

20 %

значимый фактор

Социально-  
политическая

ситуация / «СВО»

ВЦИОМ (2022) / Разные  
источники

22/62 %

(среди перерабатывающих)

Работа /

Переработки

ВЦИОМ (2022) / Зарплата.ру  
(2025)



Средний класс,  
как ты работаешь со стрессом?



как ты работаешь со стрессом?

### Потребительское поведение как копинг–стратегия

Ритейл-терапия («шопоголизм»):  
15%(+2), (РОМИР)

Путешествия и досуг для перезагрузки  
(с преобладанием локальных форм досуга):  
кино, выставки, вылазки и тп





как ты работаешь со стрессом?

Потребительское поведение  
как копинг–стратегия

Хобби, досуг и культура

6% музыка (ВЦИОМ)

4% чтение (ВЦИОМ)

4% кино и сериалы (ВЦИОМ)

28% животные (РОМИР)

Рукоделие, танцы, кулинария

Театры, выставки, концерты, музеи



как ты работаешь со стрессом?

Потребительское поведение  
как копинг–стратегия

Хобби, досуг и культура

Сети социальной поддержки (семья,  
друзья)

36% проводят время с близкими для снятия  
стресса (РОМИР, 2024)

51% считают семью источником поддержки  
(ВЦИОМ, 2024)



как ты работаешь со стрессом?

Потребительское поведение  
как копинг–стратегия

Хобби, досуг и культура

Сети социальной поддержки (семья,  
друзья)

Соцсети, интернет

13% используют смартфон и соцсети «просто  
так» как реакция на стресс



как ты работаешь со стрессом?

Потребительское поведение  
как копинг–стратегия

Хобби, досуг и культура

Сети социальной поддержки (семья,  
друзья)

Соцсети, интернет

Гейминг

55% используют игры для борьбы  
со стрессом (VK Play)





как ты работаешь со стрессом?

Потребительское поведение  
как копинг–стратегия

Хобби, досуг и культура

Сети социальной поддержки (семья,  
друзья)

Соцсети, интернет

Гейминг

Проблемно–ориентированный  
копинг

29% стараются разобраться с проблемой  
самостоятельно  
(ВЦИОМ, 2024)



как ты работаешь со стрессом?

Потребительское поведение  
как копинг–стратегия

Проблемно-ориентированный копинг

Хобби, досуг и культура

Деструктивные стратегии

Сети социальной поддержки (семья,  
друзья)

7% рост продаж крепкого алкоголя  
3% курение (ВЦИОМ)  
31%/57% «заедание» стресса  
(Ромир/Работа.ру)

Соцсети, интернет

Гейминг



как ты работаешь со стрессом?

Потребительское поведение  
как копинг–стратегия

Деструктивные стратегии

Хобби, досуг и культура

Проблемно-ориентированный копинг

Сети социальной поддержки (семья,  
друзья)

## Помогающие профессии

Соцсети, интернет

30 п. (+7 п. к 2022 г.)

Индекс  
потребности  
в психологическ  
ой помощи (max  
100)  
ВЦИОМ (конец 2024)

13  
% (+7 п.п. к 2009 г.)

Доля когда-либо  
обращавшихся за  
проф. помощью  
ВЦИОМ (конец 2024)

26% (19% в 2023 г)

Доля  
обращавшихся  
за помощью (за  
год)  
Health Mail (2024)

~33%

Доля имевших  
опыт обращения  
(в т.ч. разовый)  
НАФИ/ВСК (март 2024)

Снижение  
стигмы /  
Нормализация  
обращения

Разные источники (2024)

Гейминг





## как ты работаешь со стрессом?

до **9–19** %  
УМЕРЕННАЯ

Спорт / Физкультура

ВЦИОМ, Ромир

до **2–13** %  
НИЗКАЯ

Обращение  
к психологу  
ВЦИОМ, Health Mail

до **31–33** %  
ВЫСОКАЯ

Вкусная еда /  
«Заедание»  
Ромир, НГ/Ромир

до **14–15** %  
УМЕРЕННАЯ

% Шопинг  
Ромир, НГ/Ромир

до **11** %  
ВЫСОКАЯ

Самоуспокоение /  
Позитивное  
мышление  
ВЦИОМ

до **37** %  
ВЫСОКАЯ

Общение / Время  
с семьей/друзьями  
Ромир, ВЦИОМ

до **3** %  
НИЗКАЯ

Курение  
ВЦИОМ

до **5–17** %  
УМЕРЕННАЯ

Употребление  
алкоголя  
ВЦИОМ, Ромир

до **28** %  
УМЕРЕННАЯ

Время  
с животными  
Ромир

до **44** %  
ВЫСОКАЯ

Прогулки / Время на  
природе  
Ромир, ВЦИОМ

до **4–6** %  
УМЕРЕННАЯ

Хобби / Досуг  
(музыка, культура, кино)  
ВЦИОМ

до **6** %  
НИЗКАЯ/УМЕРЕННАЯ

Прием  
успокоительных  
ВЦИОМ, НИУ ВШЭ

до **55** %  
ВЫСОКАЯ

Видеоигры  
VK Play



За период 2022–2024 гг.  
основные изменения

Рост адаптивных стратегий

Данные «Ромир» указывают  
на увеличение частоты  
использования прогулок, общения  
с животными, правильного питания,  
спорта и обращения  
за профессиональной помощью  
Рост потребления как копинга

Отмечается рост использования  
«вкусной еды», шопинга и,  
по некоторым данным, алкоголя.  
Снижение опоры на традиционную  
соцподдержку  
ВЦИОМ фиксирует снижение доли  
тех, кто обращается за поддержкой  
к семье и друзьям, по сравнению  
с предыдущими годами.  
Нормализация и рост спроса  
на психологическую помощь  
Наблюдается явный рост спроса  
и использования услуг психологов

Возможный сдвиг  
характера стресса  
От острого к хроническому





Средний класс,  
сколько у тебя лиц?



сколько у тебя лиц?

## Источники данных

Росстат: доходы населения, занятость.

ВЦИОМ: ценностные ориентации.

СберИндекс: транзакционные данные.

ЦМАКП: региональные особенности экономики.

ВШЭ: исследования по среднему классу.

## Этапы анализа

Сбор данных по доходам, расходам, ценностям.

Выделение ключевых паттернов поведения.

Классификация через модель AQAL для структурирования характеристик.

## Дополнения

Влияние стресса на экономическое поведение.

Медиа-поведение как индикатор адаптации к внешним условиям.

Мифологические образы для иллюстрации архетипов.

## Ограничения

Неучёт теневой экономики.

Возможная субъективность самоидентификации респондентов.

Ограниченная детализация региональных данных.





сколько у тебя лиц?



## «Стабильный работник»

Люди, ориентированные на стабильность и предсказуемость. Работают в госсекторе или промышленности, избегают рисков и стремятся к минимальной финансовой нагрузке.

### Мифологический образ

Китайская мифология

Бык (牛 niú) — символ трудолюбия, надёжности и методичности. Бык отражает терпеливый характер этого сегмента, их готовность к упорной работе ради стабильности.

Русская мифология

Домовой — дух дома, который заботится о порядке и процветании семьи. Домовой отражает привязанность этой группы к семейным ценностям и стабильности в быту.

### Влияние стресса на экономическое поведение

Склонны к накоплению наличных средств для защиты от финансовых рисков.

Ограничивают расходы на необязательные товары, концентрируясь на базовых потребностях.





сколько у тебя лиц?



## «Цифровой кочевник»

Специалисты, работающие в креативных экономиках или в IT–сфере, преимущественно удаленно. Ценят свободу, мобильность и саморазвитие.

### Мифологический образ

Китайская мифология

Бамбук (竹 zhú) — символ гибкости и устойчивости. Как бамбук, цифровые кочевники способны адаптироваться к любым условиям, сохраняя свою силу и целостность.

Русская мифология

Сирин — мифическая птица счастья, которая путешествует между мирами. Сирин символизирует стремление к свободе и поиску новых возможностей.

### Влияние стресса на экономическое поведение

Активно создают резервные фонды для защиты от нестабильности доходов. Инвестируют в профессиональное развитие (онлайн–курсы) и технологии для повышения продуктивности.





сколько у тебя лиц?



## «Гражданин мира с локальными корнями»

Люди с глобальными амбициями, но сильной привязанностью к местной культуре и традициям.

### Мифологический образ

Китайская мифология

Феникс (鳳凰 fèng huáng) — символ возрождения и гармонии между традицией и современностью. Феникс отражает способность прагматиков сочетать локальные ценности с глобальными амбициями.

Русская мифология

Мировое дерево — символ связи между мирами (небесным, земным и подземным). Это отражает баланс между локальной идентичностью и глобальной интеграцией у глокализированных прагматиков.

### Влияние стресса на экономическое поведение

Создают долгосрочные накопления для обеспечения образования детей или крупных покупок за рубежом. Сокращают расходы на статусные товары в пользу инвестиций в здоровье и образование.





сколько у тебя лиц?



## «Активист нового времени»

Эксцентричные представители в основном из креативных индустрий с высокой социальной активностью и ориентацией на ответственное потребление и поведение.

### Мифологический образ

Китайская мифология

Панда (熊貓 *xíóng māo*) — символ мира, гармонии и дружбы. Панда отражает стремление социальных гибридов к экологичности и социальной ответственности.

Русская мифология

Берегиня — дух-защитница природы и людей, связанная с заботой о земле и общине. Берегиня воплощает экологические ценности этого сегмента.

### Влияние стресса на экономическое поведение

Низкий уровень накоплений из-за перераспределения средств на социальные проекты, эко-продукты, поддержку инициатив. Склонны поддерживать краудфандинговые инициативы вместо традиционных инвестиций.





сколько у тебя лиц?



## «Образованный, но уязвимый»

Высокообразованные люди с доходом выше среднего, но без (большой) финансовой подушки безопасности из-за высоких расходов или кредитной нагрузки.

### Мифологический образ

Китайская мифология

Змея (蛇 shé) — символ мудрости, но также скрытности и осторожности. Змея отражает интеллектуальность прекариата знаний, их стремление к выживанию в сложных условиях.

Русская мифология

Леший — дух леса, который балансирует между добром и злом в зависимости от обстоятельств. Леший символизирует двойственность положения прекариата: высокий потенциал при уязвимости к внешним факторам.

### Влияние стресса на экономическое поведение

Оптимизируют траты за счёт сокращения необязательных расходов; предпочитают недорогие бренды с хорошим качеством.

Склонны искать дополнительные источники доходов через фриланс или подработки.



# Вместо итога



Доверие  
Верификация  
Истории/нарративы  
Опыт