



Банк России

**ОСНОВНЫЕ НАРРАТИВЫ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА
ОБ ИНФЛЯЦИИ, ЭКОНОМИКЕ И КЛЮЧЕВОЙ СТАВКЕ.
ВЗГЛЯД СО СТОРОНЫ ОБОСНОВАННОЙ ТЕОРИИ
В СОЦИОЛОГИИ**

Серия докладов об экономических исследованиях

№ 166 / Март 2026

А. Евстигнеева, О. Снегирева, И. Белоглазова

Алина Евстигнеева

Банк России, Департамент денежно-кредитной политики

E-mail: EvstigneevaAG@cbr.ru

Оксана Снегирева

Отделение по Алтайскому краю Сибирского ГУ Банка России

E-mail: SnegirevaOA@cbr.ru

Ирина Белоглазова

Уральское Главное управление Банка России

E-mail: BeloglazovaA@cbr.ru

Авторы выражают благодарность заведующему Лабораторией сравнительного анализа развития постсоциалистических обществ НИУ ВШЭ Владимиру Карачаровскому и Кириллу Афанасьеву за методологическую помощь в разработке дизайна исследования, Юлии Щадиловой, Светлане Шишкиной, Генриетте Строевой, Алексею Корикову, Вячеславу Белобородову, Нине Сукмановой, Айдару Имаеву, Антону Гулевичу, Татьяне Деликовой и Александру Смагину за сбор данных и проведение интервью с информантами, Александре Дроновой за помощь в визуализации данных, а также участникам внутренних научных семинаров Банка России за конструктивные комментарии и ценные предложения по улучшению работы.

Содержание настоящего доклада по экономическим исследованиям отражает личную позицию авторов. Результаты исследования являются предварительными и публикуются с целью стимулировать обсуждение и получить комментарии для возможной дальнейшей доработки материала. Содержание и результаты исследования не следует рассматривать, в том числе цитировать в каких-либо изданиях, как официальную позицию Банка России или указание на официальную политику или решения регулятора. Любые ошибки в данном материале являются исключительно авторскими.

Все права защищены. Любое воспроизведение представленных материалов допускается только с разрешения авторов.

Адрес: 107016, Москва, ул. Неглинная, 12, к. В

Официальный сайт Банка России: www.cbr.ru

© **Центральный банк Российской Федерации, 2026**

Оглавление

| | |
|---|----|
| Аннотация..... | 4 |
| 1. Введение..... | 5 |
| 2. Обзор литературы..... | 9 |
| 2.1. Обоснованная теория..... | 9 |
| 2.2. Международный опыт изучения экономических ценностей общества .. | 10 |
| 3. Метод исследования..... | 14 |
| 3.1. Дизайн исследования..... | 14 |
| 3.2. Социологические данные, процедура интервью и этические вопросы . | 16 |
| 3.3. Анализ данных..... | 18 |
| 4. Результаты и выводы | 34 |
| 5. Заключение и дискуссия | 37 |
| Литература | 39 |
| Приложение 1. Вопросы интервью | 42 |
| Приложение 2. Этическое заключение..... | 44 |

Аннотация

Процесс формирования инфляционных ожиданий в России, несмотря на его изученность в эконометрических исследованиях, социологами до сих пор хорошо рассмотрен не был. В частности, хотя академическое сообщество уже довольно много узнало о роли отдельных товаров-маркеров в формировании ожиданий, их неоднородности и связи с финансовой грамотностью, до сих пор не было известно о том, как люди в России формируют восприятие будущей инфляции, на какие экономические ценности они опираются при определении приемлемых темпов роста цен, учитывают ли они все это при принятии экономических решений, а также играет ли какую-то роль в этом ключевая ставка. Настоящая работа вносит вклад в закрытие этого пробела.

С помощью социологического метода обоснованной теории (grounded theory) и графовых методов работы с текстовыми данными мы выстроили фундаментальный нарратив российского общества на тему экономических ценностей, восприятия инфляции и ключевой ставки. В исследовании приняли участие 52 информанта из 11 крупных городов России. В выборке представлены все федеральные округа. Все беседы состоялись в формате глубинных интервью «лицом к лицу». Затем эти данные были обезличены и подвергнуты трехэтапному кодированию. Итогом работы стала карта нарративов, объединяющая более 165 тыс. тегов в 16 ядерных категорий об экономике, ценах и ключевой ставке.

Настоящее исследование может стать отправной точкой для будущих количественных социологических работ, в которых могут быть проверены описанные здесь новые для данной темы гипотезы. Кроме того, исследование обладает практической значимостью для коммуникационной политики Банка России, который стремится лучше понимать общество.

Ключевые слова: денежно-кредитная политика, обоснованная теория, нарративный анализ, инфляционные ожидания, сетевой анализ.

JEL-коды: E52, E58, E71.

1. Введение

За десятилетие, прошедшее с момента перехода России к режиму таргетирования инфляции, инфляционные ожидания домохозяйств остаются высокими и в значительной степени незаякоренными. Иными словами, население продолжает ожидать инфляции, значительно превышающей целевой уровень Банка России в 4%. Такие незаякоренные ожидания учитываются при принятии решений по ключевой ставке и вынуждают Банк России поддерживать более жесткие денежно-кредитные условия при прочих равных.

Эта ситуация для России не уникальна: опросы показывают, что во всем мире домохозяйства систематически переоценивают уровень инфляции по сравнению с фактическими значениями и прогнозами профессионалов (*D'Acunto et al., 2025*). Даже в странах с долгим и успешным опытом поддержания низкой инфляции средний потребитель ожидает темпы инфляции примерно вдвое выше, чем предсказывают эксперты, что подчеркивает глобальную сложность заякоривания ожиданий населения.

Хорошо заякоренные ожидания означают, что экономические агенты верят, что центральный банк стремится к поддержанию низкой и стабильной инфляции, поэтому их прогнозы остаются близкими к целевому уровню даже после краткосрочных колебаний цен. Теория и эмпирика подтверждают, что при заякоренных ожиданиях однократные шоки (например, всплески цен на энергоносители или продукты питания) оказывают менее продолжительное влияние на общую инфляцию. Напротив, если ожидания преимущественно опираются на прошлые наблюдаемые значения инфляции (то есть являются адаптивными), центральному банку приходится прилагать гораздо больше усилий, чтобы вернуть инфляцию к цели (*Devereux & Engel, 2003*).

Новейшие исследования подтверждают, что краткосрочные и среднесрочные инфляционные ожидания домохозяйств в значительной степени определяются текущей инфляцией, нежели другими факторами (*Andrade et al., 2023*). Даже спустя 25 лет с начала официального таргетирования инфляции в Новой Зеландии (одной из первых, внедривших этот режим) инфляционные ожидания компаний оставались неожиданно завышенными. Согласно *Kumar et al., 2015* руководители предприятий в Новой Зеландии систематически завышали прогнозируемую инфляцию по сравнению с фактической, а также демонстрировали гораздо большую неопределенность в своих оценках по сравнению с профессиональными экономистами, что сближает их модель восприятия цен с поведенческой моделью домохозяйств.

Такие данные показывают, что формирование доверия к целевым ориентирам центрального банка – это длительный и сложный процесс. И центральные банки относятся к этой проблеме крайне серьезно. Незаякоренные ожидания способствовали разгону инфляции в 1970-е годы и дорогостоящей дезинфляции, последовавшей за ним (*Solow, 1979*).

В существующих исследованиях активно изучается формирование инфляционных ожиданий потребителей и фирм через методы опросов, экспериментов и эконометрический анализ. Эти исследования выявили ряд устойчивых закономерностей.

Во-первых, домохозяйства, как правило, формируют свои представления об инфляции на основе динамики цен по узкому набору наиболее важных товаров. Как

правило, это повседневные товары, цены на которые часто меняются или заметно растут. Глобальные данные свидетельствуют о том, что инфляционные ожидания потребителей непропорционально формируются под влиянием цен на продукты питания, повседневные товары и топливо. Во многих развитых странах уровень цен на продукты питания оказывает большое влияние на общественные настроения относительно инфляции, несмотря на их относительно небольшой удельный вес в потребительской корзине (*D'Acunto et al., 2025*). Исследователи Банка России также уделяли большое внимание роли товаров-маркеров при формировании инфляционных ожиданий населения (*Грищенко и др., 2023*).

Во-вторых, инфляционные ожидания сильно различаются между социальными группами. Значимыми являются демографические факторы и уровень финансовой грамотности. Менее информированные люди и те, кто обладает низким уровнем финансовой грамотности, склонны ожидать более высокой инфляции и демонстрируют меньше уверенности в ее стабильности. Напротив, граждане с более высоким уровнем образования, лучшим знанием целей центрального банка или большим экономическим кругозором, как правило, формируют более низкие инфляционные ожидания (*D'Acunto et al., 2025*). Эти выводы подтверждаются и на российских данных: *Андреев и др., 2024*, *Туманянц и др., 2025* делают вывод о том, что респонденты с более высоким уровнем финансовой грамотности формируют более низкие инфляционные ожидания.

При этом понимание принципов денежно-кредитной политики у населения в целом остается ограниченным: во многих странах лишь меньшинство знает, кто возглавляет центральный банк или какова цель по инфляции (*D'Acunto et al., 2025*). Этот дефицит знаний может приводить к систематическим искажениям. Так, некоторые респонденты, ожидая повышения ключевой ставки, одновременно предсказывают рост инфляции – вопреки стандартной экономической логике. Вероятно, часть людей считает, что повышение ставки напрямую увеличивает издержки и цены, либо интерпретирует негативный экономический фон как признак одновременного роста ставок и инфляции. Все это указывает на то, что механизмы формирования ожиданий у населения могут серьезно отличаться от академических моделей.

Ряд исследователей также предприняли попытки выявить качественные нарративы и представления, лежащие в основе восприятия инфляции. Наиболее классическим трудом в данном направлении является работа Роберта Шиллера (*Shiller, 1997*), показавшая, что неспециалисты воспринимают инфляцию иначе, чем экономисты. В его опросе многие респонденты объясняли инфляцию злонамеренными или некомпетентными действиями бизнеса или государства, придавая ей моральную и политическую окраску. Упоминались темы несправедливости, эксплуатации и даже упадка страны. Эти представления существенно отличаются от тех, что волнуют экономистов (например, потеря эффективности или снижение доверия), и указывают на важную роль ценностей и нарративов в общественном восприятии инфляции.

В совокупности предшествующие исследования позволяют сделать следующие выводы: люди используют эвристики (например, по отдельным товарам или среднему чеку), их ожидания зависят от уровня знаний и социального контекста, а также часто интерпретируют инфляцию через призму повседневного опыта и справедливости. Однако большая часть этих данных получена из формализованных опросов, собранных методами количественной социологии,

которая исходит из гипотез исследователей, сделанных на основе теоретических предпосылок. До недавнего времени в исследовательском инструментарии не хватало методов на стороне индуктивного подхода, которые описывали бы народные теории о ценах, их формировании и ключевой ставке.

Настоящая работа восполняет этот пробел, исследуя формирование инфляционных ожиданий в России с использованием качественного социологического подхода. Насколько нам известно, это первое исследование в России, в котором используется открытая стратегия теории, основанной на данных (grounded theory), применительно к рассматриваемой теме.

На основе описанных выше предпосылок в настоящем исследовании **поставлена цель** составить актуальную карту нарративов россиян о том, каково место инфляции и ключевой ставки в системе экономических ценностей российского общества. Эта карта может стать мостом между представлениями экономистов о том, как формируются инфляционные ожидания, и народными теориями о динамике цен.

Объектом исследования является экономически активное население России в возрасте от 18 лет. **Предметом исследования** определено восприятие экономически активным населением уровня цен и их динамики.

В рамках исследования были поставлены следующие исследовательские вопросы:

- 1) Какие экономические ценности важны для российского общества?
- 2) Как люди формируют инфляционные ожидания, по их собственному мнению?
- 3) Какую роль играет ключевая ставка при принятии экономических решений?

Учитывая цель исследования и исследовательские вопросы, мы выбрали инструменты **обоснованной теории** (grounded theory) как метода качественного социологического исследования.

Хорошее социологическое исследование преследует цель понять социальную реальность, для чего изучает реальных людей в конкретных обстоятельствах. В таких работах информанты рассказывают собственными словами о личном опыте. Предметом подобных исследований являются конкретные взаимодействия, которые помогают понять смысл человеческого поведения.

В качестве результата исследования мы представляем подробную карту нарративов, популярных в российском обществе, где описаны основные суждения на темы экономических ценностей российского общества, инфляционных ожиданий, ключевой ставки, уровня цен и потребительского поведения. Эта карта позволяет охватить всю палитру нарративов и оценить их тематическое разнообразие, а также связи между концепциями (например, между инфляцией и экономикой, товарами-маркерами и ожиданиями, ключевой ставкой и экономическим ростом и так далее). В отличие от количественных исследователей, мы не ставили целью сравнить популярность отдельных нарративов между собой или выявить причинно-следственные связи. Мы стремились описать все богатство суждений российского общества на непростую тему восприятия экономической реальности во всем ее разнообразии и подчас противоречивости.

Научная новизна работы заключается в составлении первой карты нарративов общества в части восприятия цен социологическими методами обоснованной теории. Для ее создания мы применили гибридные методы работы с данными на стыке социологии и науки о данных.

Мы предлагаем современный социологический взгляд на восприятие инфляции и экономики в российском обществе, выявляя мотивации и образы, лежащие в основе адаптивности инфляционных ожиданий. Результаты исследования могут быть использованы для проведения новых количественных исследований, направленных на проверку выдвинутых здесь гипотез – например, распространенности концепции «страны-фабрики» или значимости категории среднего чека при формировании ожиданий. Кроме того, результаты представляют практическую ценность для Банка России, стремящегося выстроить более эффективную коммуникацию с населением. Понимание общественных взглядов может помочь точнее формулировать сообщения и тем самым укрепить доверие – ключевой фактор заякоривания ожиданий.

2. Обзор литературы

2.1. Обоснованная теория

Grounded theory (обоснованная теория; теория, укорененная в данных) – в социальных науках системная методология построения теории на основе анализа данных. Теория была предложена *Glaser and Strauss* в 1967 г. и с тех пор является одним из ведущих методов в качественных социологических исследованиях. Задача обоснованной теории состоит в том, чтобы построить теорию, максимально укореняя ее в данных.

Часто методы обоснованной теории являются стартовым этапом в серии социологических исследований, где научное знание пока недостаточно накоплено. В случае изучения поведения российских домохозяйств такой подход представляется обоснованным. На данный момент, насколько нам известно, не существует качественных исследований о восприятии российским обществом ключевой ставки и о связи этого восприятия с экономическим поведением агентов. Вместе с тем существует достаточно большой корпус количественных исследований по смежным темам: *Красильникова М.Д., 1997; Красильникова М.Д., 2009; Бондаренко В.А., 2023* и другие.

В этом исследовании мы используем исключительно качественные методы. Ключевой особенностью обоснованной теории является индуктивный подход – от частного к общему. Как правило, результатом исследования в рамках обоснованной теории является теория, возникающая на основе данных с использованием систематических методов и способная объяснить явления или процессы. Теория может быть определена как «объяснительная схема, включающая набор концепций, связанных друг с другом посредством логических моделей взаимосвязи» (*Mills and Birks, 2014*). Обоснованная теория базируется на символическом интеракционизме, который предполагает, что человеческое поведение можно понять через символы и значения, которые люди передают в ходе социальных взаимодействий (*Blumer, 1969*), а раскрытие этих значений является основополагающим для подхода обоснованной теории (*Charmaz, 2008*).

Сила обоснованной теории заключается в одновременном сборе, кодировании и анализе данных, а также теоретизировании по ходу работы. Это итеративный/нелинейный процесс построения и уточнения теории в ходе анализа (*Bernard et al., 2016*), который приводит к созданию богатого, плотного теоретического отчета, полностью основанного на эмпирических данных (*Green and Thorogood, 2004*).

При разработке дизайна, то есть общей методологии, настоящего исследования мы руководствовались методологиями, обобщениями, выведенными *Hennink, Hutter, Bailey, 2020*.

2.2. Международный опыт изучения экономических ценностей общества

Для целей настоящего исследования интерес представляли работы с применением качественных социологических методов, в которых изучается мнение общества об экономических ценностях и восприятии экономической ситуации.

Исследование экономических ценностей населения, то есть представлений людей о том, какую экономическую политику и какие макроэкономические условия они считают желательными, имеет важное научное и практическое значение. Массовые экономические ценности влияют на поддержку различных экономических реформ, на доверие к органам государственной власти и на устойчивость экономических институтов. В отличие от профессиональных экономистов, рядовые граждане, как правило, не интересуются напрямую абстрактными макроэкономическими показателями (такими как уровень ВВП или денежная масса). Эти сухие цифры имеют для людей значение лишь постольку, поскольку влияют на их повседневное благосостояние (*Grant, 2014*).

Поэтому главным вопросом всех исследований является то, какие именно экономические аспекты люди считают важными для «хорошей», по их мнению экономики: низкую инфляцию, высокую занятость, рост благосостояния, экономический суверенитет, справедливость распределения и так далее. Изучению этих вопросов посвящен обширный пласт литературы от классических работ Р. Шиллера и Р. Инглхарта до современных исследований 2020-х гг. (массовые опросы, эксперименты), включая качественные методы (интервью, нарративный анализ).

Инфляция и безработица

Многочисленные опросы показывают, что низкая инфляция является одной из ключевых экономических ценностей для любого общества.

Di Tella et al., 2001 с помощью опросов обнаружили, что люди чувствуют себя счастливее, когда инфляция и безработица низкие. *Hofstetter & Rosas, 2021* дополнили это знание тем, что респонденты с более низким доходом испытывают большее неприятие безработицы по сравнению с инфляцией, чем респонденты с более высоким доходом.

Р. Шиллер в своем классическом исследовании (1996–1997 гг., серия анкетных опросов в США, Германии и Бразилии) изучает вопрос о том, почему люди настолько не любят инфляцию. Шиллер обнаружил, что главная причина – страх снижения реальной покупательной способности: большинство респондентов опасались, что их доходы не успеют за ростом цен. Иными словами, люди воспринимают инфляцию как прямую угрозу своему уровню жизни, опасаясь обесценивания зарплат и сбережений.

Подавляющее большинство опрошенных во многих странах заявляют, что сдерживание инфляции – критически важная задача государственной политики. Например, в одном из опросов в США 84% респондентов согласились, что предотвращение высокого роста цен – национальный приоритет не менее важный, чем борьба с преступностью или улучшение школ (*Scheve, 2001*). Схожим образом, по данным Международного социального исследования (ISSP), 80–95% граждан разных стран считают поддержание ценовой стабильности одной из важнейших обязанностей органов власти.

В 2024 г. в США был проведен репрезентативный опрос о понимании инфляции и связанных с ней ценностях (*Binetti et al., 2024*). Большинство опрошенных заявили, что высокая инфляция «хуже», чем высокая безработица, и назвали борьбу с инфляцией приоритетной задачей – более важной, чем экономический рост, снижение безработицы или даже улучшение системы здравоохранения. Примечательно, что респонденты не верят в классическую развилку между инфляцией и другими целями: большинство не считает, что сдерживание цен требует каких-либо жертв вроде сокращения экономической активности или занятости. Интересно, что представления о методах борьбы с инфляцией у населения достаточно разнообразны: порядка половины респондентов, например, полагали, что снижение процентных ставок поможет укротить инфляцию. Эти данные свидетельствуют о значительном разрыве между экспертными и массовыми экономическими представлениями. Тем не менее главный вывод ясен: население очень чутко реагирует на рост цен и рассматривает ценовую стабильность как неотъемлемый признак нормальной экономики.

Что касается России, то существуют обширные опросные данные о том, как граждане воспринимают проблему инфляции. В частности, в [Индексе страхов](#) россиян ВЦИОМ инфляция входит в топ-3 социальных страхов. В ответ на вопрос анкеты «Как вы оцениваете вероятность появления следующих проблем в вашей жизни?» респонденты ставят категорию «Станут слишком дорогими привычные товары / не сможем их больше покупать» на третье место. По [данным](#) РОМИР, инфляция также входит в топ-3 проблем, беспокоящих россиян.

Стабильность и развитие

Классические теории модернизации утверждают, что по мере роста благосостояния меняется и сама иерархия ценностей в обществе (*Inglehart, 2013*). В бедных и переживших кризис обществах доминируют ценности, связанные со стабильным доходом, ценами, безопасностью. Для таких обществ характерен акцент на экономическом росте, ради которого люди готовы соглашаться на различные издержки, включая экологические компромиссы. Инглхарт называл это «гипотезой дефицита»: пока люди не уверены в завтрашнем куске хлеба, они будут требовать прежде всего роста экономики.

Напротив, в богатых и долгое время благополучных обществах на первый план выходят постматериалистические ценности, включая экологическую устойчивость и общее качество жизни. Инглхарт показывал, что в западных странах доля людей, считающих приоритетом не экономический рост, а, например, чистую окружающую среду и самореализацию, неуклонно росла с 1970-х по 2000-е гг. (по мере того как росло благосостояние).

Ряд современных количественных исследований также фиксируют этот сдвиг в ценностях: например, *Drews et al., 2016* через онлайн-опрос домохозяйств в Испании выяснили, что большинство респондентов в качестве лучшего будущего для экономики видят именно зеленый рост, при котором экономика растет, но медленнее, чем прежде, поскольку часть этого роста идет на обеспечение климатической устойчивости. И лишь очень немногие респонденты хотели «экономического роста любой ценой».

Страновые различия

Экономические ценности населения нередко укоренены в национально-историческом контексте. Граждане разных стран могут иметь различные

представления о «нормальной» экономической системе, исходя из исторического опыта своей страны. Яркий пример – различия во взглядах жителей ФРГ и бывшей ГДР. Исследования по объединенной Германии (*Alesina & Fuchs-Schündeln, 2007*) показали, что спустя годы после объединения восточные немцы (выросшие в ГДР) значительно чаще западных выступали за государственное регулирование. Даже при одинаковом текущем уровне дохода и образовании выходцы с Востока Германии в 1990-х гг. заметно сильнее поддерживали идеи социальной защиты, чем их сверстники с Запада. Этот «эффект ГДР» особенно проявлялся среди старшего поколения.

Исследования по Восточной Европе указывают на то, что экономические ценности восточноевропейских обществ могут достаточно сильно отличаться от западных (например, *Muradyan et al., 2012*). В частности, люди в странах Восточной Европы признают преимущества рыночной экономики (эффективность, выбор товаров), но одновременно ожидают от государства выполнения социальных обязательств (гарантия работы, низкие цены на базовые потребительские товары и так далее).

Что касается стран Азии, то, по данным Asian Barometer Survey, стабильность и предсказуемость экономической среды – одна из базовых ценностей, наряду с экономической безопасностью. Экономический рост здесь важен не сам по себе, а как средство обеспечения социальной стабильности и доверия в обществе.

Еще один аспект связи страновых различий с экономическими ценностями – это степень поддержки экономического суверенитета против глобализации. Другими словами, насколько люди хотят, чтобы экономика жила самостоятельно, оптимизируя связи с внешними рынками. В разных странах на этот вопрос отвечают по-разному, в зависимости от исторического опыта и той роли, которую каждая конкретная страна играет в глобальной экономике. Достаточно активно эта тема исследовалась во времена Brexit: по данным опросов, многие британцы готовы были пожертвовать ростом экономики ради получения большей экономической автономии (*Hayes, 2018*).

Наконец, последняя экономическая ценность, которую мы рассмотрим в этом разделе, – это отношение к экономическому неравенству. Здесь ценности очень сильно различаются по странам. Например, в США доминирует идеал индивидуальной ответственности: бедность там часто воспринимается как результат личных решений, а богатство – как заслуженная награда за труд (*Alesina & Angeletos, 2003*). В Европе больший акцент на солидарности приводит к более широкой поддержке социального государства. В результате в США заметно меньше граждан поддерживают высокие налоги на богатых или обширные пособия (считается, что каждый сам должен нести ответственность), тогда как в Европе подобные перераспределительные меры встречают понимание как восстановление социальной справедливости. Эти выводы подтверждаются в последней седьмой волне [World Values Survey \(2017–2022 гг.\)](#).

Экономические ценности граждан СССР, а затем и РФ, а также их эволюция рассмотрены в нескольких социологических исследованиях от *Shiller et al., 1990* до современного глобального опроса [World Values Survey](#), последняя волна которого состоялась в 2017–2022 годах.

Первое постсоветское исследование WVS зафиксировало у россиян некоторую амбивалентность экономических установок, но уже к середине 1990-х гг. усилился

запрос на социальную справедливость и государственный патернализм. В частности, средний балл поддержки роли государства в обеспечении благосостояния заметно вырос с ~5,2 в начале 1990-х гг. до ~7,1 к 1996 году. В последующих волнах большинство респондентов все более критично оценивали существующее неравенство: согласно опросу 2017–2022 гг., 71% россиян были согласны, что правительство должно принимать меры для уменьшения разрыва в доходах. Более половины при этом не верили, что упорный труд гарантирует материальный успех (52% не согласны с фразой «кто много работает, тот много получает»), считая богатство результатом удачи или связей.

Отношение россиян к рынку и роли государства в экономике также отличается от западных обществ. Международные сравнения показывают, что Россия относится к числу стран с достаточно низкими показателями одобрения свободного рынка: по интегральному индексу GIEM (Newland et al., 2020) она демонстрирует низкий уровень поддержки конкуренции и частной инициативы (69 место из 74 рассмотренных стран). В целом же население ожидает от государства ведущей роли в экономике – от контроля цен и обеспечения полной занятости до гарантий равного доступа всех граждан к базовым благам, таким как образование и медицина.

Для исследователей важно учитывать эти культурно обусловленные ценностные пласты при анализе экономической политики различных стран.

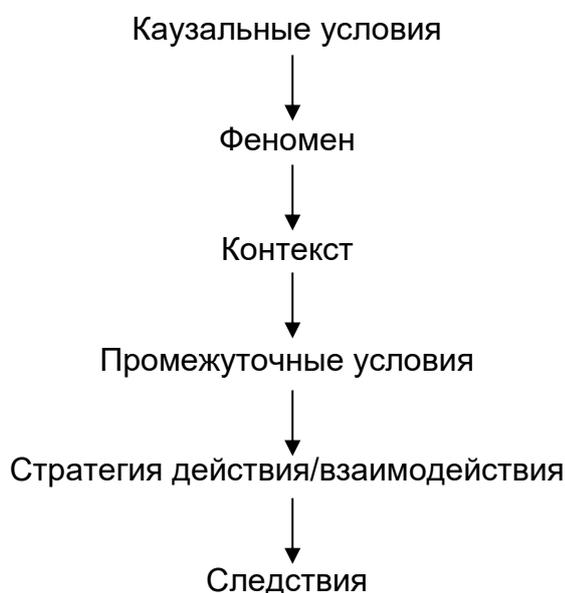
3. Метод исследования

3.1. Дизайн исследования

Мы использовали классическую нелинейную (итеративную) схему для дизайна настоящего исследования, стандартную для обоснованной теории. То есть сначала были определены предварительные предположения о логике рассуждения людей (они описаны во [Введении](#)), затем была проведена полевая работа с одновременной интерпретацией данных вплоть до нарративного насыщения (более подробное описание этого процесса представлено в следующей главе), затем первоначальные предпосылки пересматривались и уточнялись.

Общая схема представлена на рис. 1. Она использовалась при проведении интервью для сбора нарративов, а также на этапах анализа собранных данных и построения концепций и теории.

Рис. 1. Модель парадигмы *Strauss & Corbin, 1998*



Центральная идея – это феномен, в связи с которым и для управления которым предпринимается ряд действий или взаимодействий. Например, «инфляция». Каузальные условия – это события или случаи, которые ведут к появлению или развитию феномена. Например, для феномена «инфляция» каузальным условием на эмпирических данных будет «упал рубль, и все резко подорожало». Контекст означает определенный ряд свойств феномена, обозначающий местоположение событий или случаев, относящихся к феномену, вдоль измерительной шкалы. Одновременно контекст также означает определенный ряд условий, в рамках которых принимаются стратегии действия/взаимодействия для управления определенным феноменом, его реализации и реагирования на него. Например, «из-за сильной инфляции я не могу позволить себе крупную покупку, которую давно планировал». Контекстом здесь будет «сильная» инфляция, а стратегией – отказ от покупки.

Промежуточные условия – это более широкий структурный контекст, относящийся к феномену. Эти условия действуют, чтобы поддерживать или ограничивать стратегии действия/взаимодействия, принятые в рамках определенного контекста. Промежуточные условия являются широкими и общими условиями, касающимися стратегий действия/взаимодействия. Эти условия включают время, пространство, культуру, экономический статус, технологический статус, карьеру, историю и личную биографию. В нашем примере промежуточными условиями является «рубль сильно ослаб из-за санкций».

Действие и взаимодействие, принятые в ответ или для управления феноменом, имеют определенные результаты или следствия. Это финальный этап модели парадигмы. В нашем примере следствием является «цены неизбежно будут расти, так было и так будет всегда, все время происходит что-то плохое, и я впредь буду всегда стараться взять кредит на крупную покупку, пока она не стала еще дороже».

После сбора данных и достижения насыщения мы использовали стандартную схему для анализа:

- 1) Провели первичное открытое кодирование эмпирического материала. Все интервью были расшифрованы и размечены с помощью кодов.
- 2) Была проведена группировка и перепроверка полученных кодов, построены концепции.
- 3) Концепции были проанализированы, на их основе созданы категории и выдвинуты гипотезы о наличии причинно-следственных связей.
- 4) Построена теория.

Перед началом полевой работы было проведено три тестовых интервью для проверки базовых предпосылок и уточнения списка вопросов.

3.2. Социологические данные, процедура интервью и этические вопросы

В исследовании приняли участие 52 информанта из 11 крупных городов России. В выборке представлены все федеральные округа страны: Центральный (Москва), Северо-Западный (Санкт-Петербург и Псков), Южный (Элиста), Северо-Кавказский (Ставрополь), Приволжский (Пермь), Уральский (Екатеринбург), Сибирский (Новосибирск, Красноярск и Барнаул), Дальневосточный (Владивосток).

Основные социально-демографические характеристики участников исследования приведены в табл. 1. Все глубинные интервью состоялись в июне 2024 г. в формате личной беседы «лицом к лицу».

Качественное социологическое исследование базируется на индуктивной логике и мягких методах (слабо структурированных или неструктурированных), поэтому позволяет привлекать относительно небольшое количество информантов и не предъявляет требования к репрезентативности выборки. Вместе с тем для получения широкого спектра мнений и максимального охвата нарративов, курсирующих в обществе мы привлекли достаточно большое для данного типа исследований число информантов и позаботились о том, чтобы они представляли все федеральные округа страны и слои населения, а также имели разное отношение к Банку России.

Для поиска информантов мы использовали метод Snowball Sampling with Seeds, получив гетерогенную выборку.

Насыщенность полученной выборки (*Glaser and Strauss, 1967*) была определена индуктивно, что характерно для исследований в рамках обоснованной теории. То есть процесс привлечения информантов, получения и анализа данных происходили одновременно. Насыщение основными поведенческими стратегиями было достигнуто на двадцатом интервью, последующие беседы добавляли контекст и дополнительные детали к уже выявленным нарративам и стратегиям поведения информантов. После пятидесятого интервью обогащение собранного материала дополнительным контекстом остановилось, поэтому был сделан вывод о достижении полного насыщения. Любые дальнейшие интервью не увеличивали бы богатство данных и не углубляли понимание проблемы.

Стоит упомянуть, что во многих методологических работах, посвященных качественным социологическим методам, насыщенность выборки достигалась намного раньше. Например, на девятом интервью (*Hennink et al., 2017*), на седьмом-двенадцатом интервью (*Guest et al., 2006*), восьмом-шестнадцатом интервью (*Namey et al., 2016*). Более позднее достижение насыщения в настоящем исследовании мы связываем: 1) с большим разнообразием экономического опыта населения России, приобретенного в последние 50 лет, 2) с большим региональным разнообразием экономического опыта, 3) с существенными возрастными различиями в экономическом поведении, 4) с широтой задаваемых информантам вопросов. Кроме того, некоторые интервью оказались достаточно бедными на нарративы, поскольку ряд информантов оценивали предложенную для беседы тему как слишком сложную.

Гайд глубинного интервью размещен в [Приложении 1](#). Перед проведением интервью было получено Заключение о соответствии эмпирического исследовательского проекта этическим нормам (см. [Приложение 2](#)).

Табл. 1. Основные сведения об информантах

| Характеристика | Количество информантов | Доля от выборки, % |
|-----------------------------------|-------------------------------|---------------------------|
| Город | | |
| Москва | 5 | 9,6 |
| Санкт-Петербург | 2 | 3,8 |
| Екатеринбург | 8 | 15,4 |
| Красноярск | 5 | 9,6 |
| Новосибирск | 9 | 17,3 |
| Пермь | 5 | 9,6 |
| Псков | 3 | 5,8 |
| Ставрополь | 5 | 9,6 |
| Владивосток | 5 | 9,6 |
| Барнаул | 4 | 7,8 |
| Элиста | 1 | 1,9 |
| Пол | | |
| Мужской | 29 | 55,8 |
| Женский | 23 | 44,2 |
| Возраст | | |
| до 25 лет | 7 | 13,5 |
| 26–35 лет | 10 | 19,2 |
| 36–45 лет | 12 | 23,1 |
| 46–55 лет | 13 | 25,0 |
| 56–65 лет | 5 | 9,6 |
| Старше 65 лет | 5 | 9,6 |
| Образование | | |
| среднее | 3 | 5,8 |
| среднее специальное | 4 | 7,7 |
| неоконченное высшее | 1 | 1,9 |
| высшее ¹ | 36 | 69,2 |
| высшее экономическое ² | 8 | 15,4 |
| Размер домохозяйства | | |
| 1 человек | 19 | 36,5 |
| 2 человека и более | 33 | 63,5 |
| Всего | 52 | 100 |

¹ Включая неэкономические научные степени.

² Включая экономические научные степени.

3.3. Анализ данных

Собранные данные интервью были последовательно расшифрованы, а затем подвергнуты открытому, осевому и избирательному кодированию. В ходе осевого кодирования были выявлены основные понятия, используемые информантами, при осевом кодировании были установлены связи между понятиями. На этом этапе были выделены каузальные условия, контекст, промежуточные условия, стратегии взаимодействия, следствия. Во время избирательного кодирования были определены основные линии нарратива о предмете исследования. Второстепенные категории были связаны с центральной и была создана единая объяснительная модель.

Для удобства работы с материалом с помощью пакета *pyvis* (Perrone, 2020) в Python был создан неориентированный граф с основными категориями и концепциями, использованными информантами.

При анализе мы использовали следующую индуктивную схему:

Текст → кодирование → концепции → категории → теория

После процедуры открытого кодирования было получено 772 кода.

Было выделено 16 ключевых категорий, имеющих наиболее ядерное значение в системе нарративов: *Пенсия, Бюджет, Политика, Безработица, Зарплата, Здравоохранение, Рубль, Инфляция, Экономика, Предложение, Спрос, Центральный банк, Ключевая ставка, Товары-маркеры, Жилищные условия, Страна-фабрика*.

Мы также обнаружили следующие ключевые концепции: *Страна-фабрика, Инфляция неизбежна и непредсказуема, Инфляция будет такой всегда, В магазинах все есть, Отказ от закупок впрок и ажиотажных покупок, Регулирование цен, Только средний чек, При повышении ставки открою вклад и не буду брать кредит* и некоторые другие. Формулировка каждой из этих концепций – *in vivo*, то есть прямо присутствует в цитатах информантов.

Примеры цитат и их кодирования размещены в табл. 2.

Схематично граф основных нарративов представлен на рис. 2.

Табл. 2. Основные концепции и категории с примерами цитат информантов

| № | Прямая речь информанта | Коды открытого кодирования | Концепции | Категории |
|---|--|---|---|-----------------------|
| 1 | «Вот в любой стране есть свои вопросы, плюсы и минусы проживания. Я знаю, что в Европе есть свои минусы, также растут цены. Но, может быть, как мне муж рассказывал, более-менее стабильно в Китае. Именно оттуда все товары и везутся, и заказываются, потому что цены ниже, производство есть» | <i>Страны, Европа, Китай, Производство, Предложение, Стабильность, Цены</i> | <i>Страна-фабрика, Инфляция</i> | <i>Страна-фабрика</i> |
| 2 | «Китай – самая лучшая экономика. У них очень хорошая промышленность на самом деле. Хотя у них, наверное, условия работы достаточно тяжелые... Потому что работодатель требует от тебя, чтобы ты там на все 110% упался. У нас, конечно, в России такого нет. Ты работаешь и работаешь. Промышленность в плане... Они производят все. Потому что они сами все делают. Не знаю, правда, конечно, фейк, не фейк, когда у нас упал космический аппарат. Его разобрали, а там китайские запчасти все» | <i>Страны, Китай, Условия труда, Промышленность, Производство</i> | <i>Страна-фабрика, Условия труда</i> | |
| 3 | «Либералы считают, что подъем ключевой ставки, рост ключевой ставки якобы помогает бороться с инфляцией. Но это далеко совсем не так. Нужно производство. Должен быть и контроль за ценами» | <i>Либералы, Ключевая ставка, Инфляция, Производство, Регулирование цен</i> | <i>Ключевая ставка, Внутреннее производство</i> | |
| 4 | «У нас, мне кажется, такие возможности производственные, почему их не использовали, я не понимаю реально. Даже вот в моем родном городе, да, Сызрани, он был промышленный, там порядка 6–7 заводов было, а сейчас осталось 2. Это тяжмаш и пластик. Вот такие крупные заводы, в военные годы могли там какую-то запчасть для вертолетов делать. Да, вот, я даже честно, я даже рад, когда по новостям слышу, что там завод в стране, где завод расконсервировали старый, советский. Ну, потому что, ну, серьезно, такая страна и с такими возможностями» | <i>Производство, Возможности, СССР, Заводы, Запчасти, Расконсервация, ОПК, Россия</i> | <i>Внутреннее производство, ОПК</i> | |
| 5 | «Соответственно, для того чтобы инфляции не было, нужно переориентировать экономику, сделать ее более конкурентной. Наша экономика крайне неконкурентна. То есть она конкурентна в сфере услуг внутри, но крайне неконкурентна на глобальных рынках. То есть запустить сюда, снова вернуть глобальные компании, которые позволяют с собой конкурировать, позволяют улучшать качество продукции, позволяют снижать цены на эти продукции и делать эти продукции более качественные. То есть это такая длинная история. И локализовать производство данных товаров | <i>Экономика, Конкуренция, Услуги, Товары, Предложение, Качество, Цена, Локализация, Сырье, Ресурсы</i> | <i>Внутреннее производство, Россия богата ресурсами, Для снижения цен нужно все производить внутри страны</i> | |

| | | | | |
|----|---|---|---|-----------------|
| | максимально в стране. Соответственно, для того чтобы товар данный произвести, мы использовали русское сырье. То есть это должно быть не сборочное производство. Когда все произведено там, здесь мы только собираем, то есть это не снизит цены. Мы должны максимально возможное количество товаров производить внутри страны, для того чтобы цена была конкурентна» | | | |
| 6 | «Я работала на заводе, в Омске тогда поднимали производства, а сейчас многое разрушено, не будем скрывать этого. Многие заводы, едешь, они разрушены. Мы забыли тот момент, когда мы могли сами производить, мы начали завозить из-за рубежа. Появилось разнообразие на рынке, очень много там было завозимых тканей, фурнитур и всего остального из Китая. Потом это стало уже менее доступным. Ну я так понимаю, что сейчас налаживается опять производство, и я считаю, что это правильно. Нужно в стране это все делать, не искать где-то, ведь у нас есть люди, которые готовы заработать. И мы можем поднять свое производство, мы подняли страну после войны. Поэтому если чиновники займутся делом и правильно направят средства, я думаю, что мы тоже сможем очень многое производить и не хуже иностранцев» | <i>Заводы, Зброшенныe заводы, Импорт, Производство, Распределение средств</i> | <i>Внутреннее производство</i> | |
| 7 | «Наверное, так же, как и большинство жителей нашей страны, я надеюсь, что рост цен замедлится. Понятно, что без роста вообще невозможно, потому что дорожает все, дорожают все сопутствующие этапы производства тех же продуктов. Но хотелось бы, чтобы этот рост замедлился, снизился, ну и входил в какие-то подъемные рамки, которые можно было бы без особого ущерба для благосостояния семьи поднять, вывезти, справиться, рассчитаться, оплатить, чтоб не становилось очень печально» | <i>Инфляция, Замедление, Ожидания</i> | <i>Инфляция неизбежна, Инфляция будет снижаться</i> | <i>Инфляция</i> |
| 8 | «Мне кажется, мы уже не верим в то, что цены не будут расти, потому что каждый должен иметь свою прибыль. Думаю, на 10% точно. Это зависит от всего: например, бензин подорожал, цены сразу поднимаются. Мы видим закономерность. И люди уже понимают, что, если там что-то случилось, значит вырастут цены» | <i>Инфляция, Ожидания, 10%, Бензин</i> | <i>Инфляция неизбежна</i> | |
| 9 | «Мой ответ: да, расти цены будут, но надеюсь, что как-то адекватно, пропорционально, без бешеных скачков. Это вот то, что бы хотелось. Медленнее. Хочется, чтобы они росли медленнее. Ну, безусловно. Либо лучше вообще зафиксировались на несколько лет вперед» | <i>Инфляция, Цены, Будущее</i> | <i>Инфляция стабилизируется</i> | |
| 10 | «Я себе не представляю, чтобы инфляция снизилась» | <i>Инфляция, Будущее</i> | <i>Инфляция неизбежна</i> | |

| | | | |
|----|--|---|--|
| 11 | «А все (будущая инфляция) будет зависеть от того, будет государство регулировать цены или нет? Что ждать от государства, одному богу известно. Понимаете, когда сейчас частные предприятия переходят, хотя были национализированы, но переходят в собственность государства. Вообще никому не ведомо, там все очень сложно устроено. И если государство будет таким регулятором, то, возможно, удастся либо сдержать рост, либо сделать его не таким интенсивным. Ну, конечно, импортозамещение» | <i>Инфляция, Регулирование, Государство, Будущее</i> | <i>Регулирование цен, Импортозамещение</i> |
| 12 | «Я вообще не понимаю, от чего это зависит. Вот та же цена на бананы. Зависит она от того, что она где-то изменилась у поставщика? Или это наша политика не покупать бананы у определенной страны привела к тому, что цены взлетели? Я не знаю. Но я думаю, что так может быть с любыми категориями товаров. И есть ощущение, что все будет только хуже» | <i>Инфляция, Товары-маркеры, Бананы, Неопределенность</i> | <i>Инфляция непредсказуема</i> |
| 13 | «Затрудняюсь я ответить на это, просто честно, затрудняюсь. Не знаю. Будут цены расти точно, но на сколько быстрее или медленнее, это я затрудняюсь на это ответить, конечно» | <i>Инфляция, Цены, Неопределенность</i> | <i>Инфляция непредсказуема</i> |
| 14 | «Я не экономист, но министерством экономики как-то же прогнозируется инфляция. А как, я без понятия, если честно» | <i>Инфляция, Прогноз</i> | <i>Инфляция непредсказуема</i> |
| 15 | «Очень сложно дать прогноз. Но судя по тому, что инфляция разгоняется, опять же на отдельные категории, на некоторые категории я вот сейчас замечаю, что стабилизируются продукты, вот на некоторые. Возможно, сезонное явление, но вижу, что в целом, конечно, если взять горизонт планирования, как бы, ретроанализ на два-три года назад, ну, динамика-то не сильно для меня кажется положительной. Хочется мне, конечно, верить в лучшее, что удастся стабилизировать эту ситуацию, удастся выйти на более приемлемую с точки зрения возможностей, там, во что-то инвестировать, скажем так, делать сбережение, инвестировать и так далее, более крупное. Ну, пока достаточно, мне кажется, два возможных варианта, это либо удастся сдержать вот текущую, но маловероятно. Либо все-таки, все-таки будет, хоть и незначительное, но продолжение роста будет. То есть это достаточно, наверное, сложновато контролировать, управлять этим и оценка вот такая моя субъективная» | <i>Инфляция, Прогноз, Неопределенность</i> | <i>Инфляция непредсказуема</i> |
| 16 | «Через год? Тоже затрудняюсь ответить. Опять же, мы думаем, что как доллар будет расти. Зависим от доллара. Как доллар? Доллар снизится, значит, у нас цены понизятся» | <i>Инфляция, Курс, Прогноз</i> | <i>Инфляция зависит от курса</i> |
| 17 | «С учетом сохранения жесткой ДКП Центрального банка, может быть снизится до 8-6%. А к концу 2025 года с той же динамикой, может быть, уже | <i>Инфляция, ДКП, Прогноз, Ключевая ставка</i> | <i>Инфляция будет снижаться</i> |

| | | | | |
|----|---|---|---|-----------------------|
| | достигнет таргета. Но это опять-таки если мы говорим о том, что Банк России ужесточает свою политику, что ключевая ставка не сохраняется на текущем уровне, что принимаются какие-то дополнительные меры, какие-то надбавки по кредитам, по ипотеке. Отменяется льготная ипотека, она становится более адресной» | | | |
| 18 | «Учитывая, что сейчас Центральный Банк России поднял ключевую ставку, то есть... А ключевая ставка, она как раз таки поднимается для того, чтобы балансировать, да, ну, сдерживать вот эту инфляцию, то я думаю, что цены будут расти чуть-чуть ниже» | <i>Инфляция, Ключевая ставка, Прогноз</i> | <i>Инфляция будет снижаться</i> | |
| 19 | «Цены будут расти медленнее. Если все действия Центробанка, которые он перед собой ставит, все цели будут достигнуты, то, конечно, инфляция замедлится. При высокой ключевой ставке люди берут меньше кредитов, меньше потребляют, покупают, падает потребительская активность и замедляется рост наценок» | <i>Инфляция, Прогноз, Центральный банк</i> | <i>Инфляция будет снижаться</i> | |
| 20 | «Я думаю, что замедлится это все. Почему? Наверное, покупательная способность населения иссякнет. И продавцам придется медленнее повышать цены, если не будет такого хаотичного спроса на определенные виды товаров, да» | <i>Инфляция, Спрос, Прогноз</i> | <i>Инфляция будет снижаться</i> | |
| 21 | «Если раньше в магазин ходил грубо, тоже сказать, что на 1 000 Р можно было что-то купить, тоже там мясо, там тоже рыбы там и еще что. А сейчас на 1 000 Р мы что покупаем? Возьмем даже в магазин: это купить сметану, молоко и творог, булка, хлеб, ну, еще что-то. Там по минимуму это обходится в 1 000 Р. Вот и мы смотрим, что мы на 1 000 Р купили, что ежедневно нужно человеку, который должен потреблять это, в принципе недорогой товар. А если учесть, что зарплата у человека 30–40 тыс., и еще ему надо платить за квартиру, еще купить какие-то таблетки, одеться, то я считаю, что это неприемлемо» | <i>Потребление, Товары-маркеры, Средний чек, Мясо, Рыба, Молоко, Хлеб</i> | <i>Только средний чек</i> | <i>Товары-маркеры</i> |
| 22 | «Ну, цены на продукты я уже называть не буду, да, как бы я вот, с моим уровнем, ну, я их не помню, то есть я прихожу в магазин, да, покупаю, я, может быть, могу ощутить по общему чеку, что цена изменилась, навскидку я не смогу сказать, да, чтобы их как-то мониторить, продукты. Ну, и цена на квартиру меня тоже очень интересует, поскольку у меня, как я уже сказал, двое детей, да, и старший подрастает, и, возможно, в будущем мне придется принять решение купить какую-то отдельную квартиру. В общем, цены я мониторию» | <i>Потребление, Товары-маркеры, Средний чек, Квартира</i> | <i>Только средний чек, Жилищные условия</i> | |

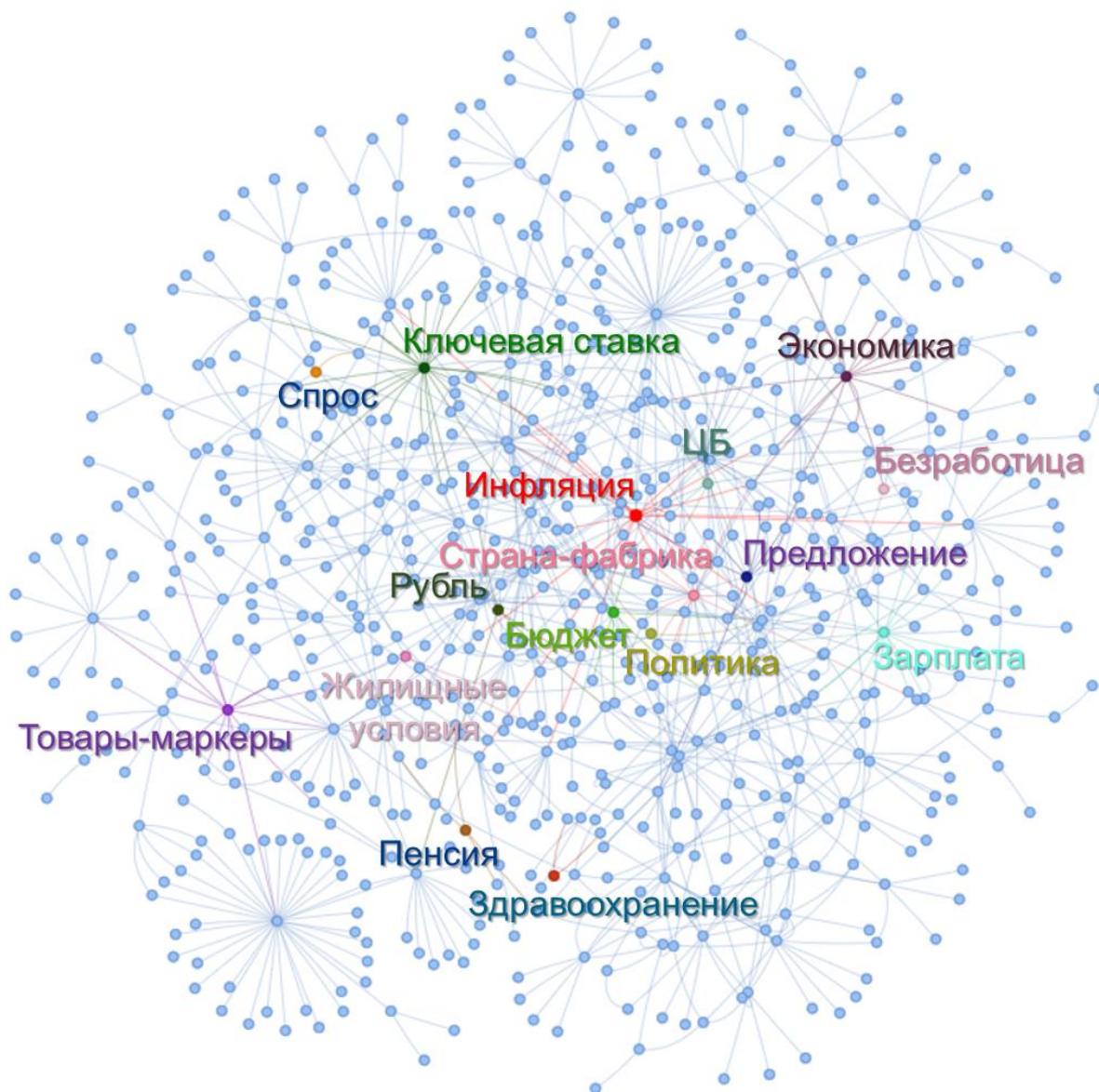
| | | | |
|----|---|--|---|
| 23 | «Я как бы в магазин прихожу, я только вижу чек окончательно. Я не разбираю сумму. Что сколько стоит. Берется та корзина продуктовая, которая требуется» | <i>Потребление, Магазин, Средний чек</i> | <i>Только средний чек</i> |
| 24 | «Жена у меня занимается покупкой продуктов и оплатой коммунальных услуг и просит денег. Они не на 10–15% в год дорожают, это гораздо больше» | <i>Товары-маркеры, Средний чек, ЖКХ</i> | <i>Только средний чек</i> |
| 25 | «Я сказала, что я в магазины не то чтобы не хожу, но мне безразлично, сколько там стоит еда. У меня мама, например, считает, на сколько подорожали яйца. Потом я в новостях читала про яйца, еще про что-то. Но у меня на этом нет фиксации, вообще никакой. Я покупаю продукты в магазине с доставкой, где они стоят намного дороже, чем в обычном магазине. Потому что мне это удобно: я не трачу свое время на поход в магазин, на парковку около него. Я понимаю, что переплачиваю за продукты, поэтому ,как меняется на них цена, не отслеживаю» | <i>Инфляция, Товары-маркеры, Доставка, Средний чек</i> | <i>Только средний чек</i> |
| 26 | «Грубо говоря, ты приходишь, у тебя есть в кармане там 2 000 рублей, 3 000 рублей. Ты покупаешь определенный набор продуктов. На следующий год этот набор продуктов, чтобы ты его купил, потому что он у меня в принципе довольно-таки постоянен, ты уже тратишь там не 3 000, а 3 500, 3 700, 3 800. Это не только мой опыт, это опыт многих людей, с которыми я общаюсь. Понятно, что опять же никто не считает, но вот эти тревожные опасения, что цены растут слишком быстро, они в последние годы все больше и больше волнуют людей» | <i>Инфляция, Товары-маркеры, Средний чек</i> | <i>Только средний чек, Сильная инфляция</i> |
| 27 | «Допустим, если раньше, у меня на неделю уходила на хлеб, на молоко тысяча рублей. Я могла на тысячу, ну, где-то что-то купить, я не говорю о больших покупках. То сейчас, например, это три тысячи рублей. В общем-то на три тысячи я беру то, что я два года тому назад брала на одну тысячу» | <i>Товары-маркеры, Хлеб, Молоко</i> | <i>Только средний чек, Хлеб, Молоко</i> |
| 28 | «На автомобили цены взлетели. Надо было купить новый автомобиль. И было ощущение, что прям в два раза все цены взлетели после 2022 года. Опять же и курс взлетел практически в два раза. Это было очень заметно» | <i>Товары-маркеры, Машина</i> | <i>Машина как товар-маркер</i> |
| 29 | «Ну, на недвижимость цены, на новостройки. Вот я работаю четвертый год. Мне кажется, они процентов на 50 выросли за это время. На те же самые, на аналогичные варианты цена выросла. Здесь уже нет зависимости от курса валют. Это была чисто рукотворная ситуация. С чем именно она связана? Здесь была ошибка с льготной ипотекой, что так называемые инвесторы за полгода скупили по низкой ставке с маленьким же месячным платежом квартиры, которые им были не нужны, которые они точно собирались | <i>Товары-маркеры, Квартира</i> | <i>Квартира как товар-маркер</i> |

| | | | | |
|----|--|--|---|------------------------|
| | перепродать через полгода или через год. И тем самым разогнали спрос, разогнали алчность застройщиков, что вылилось в цены» | | | |
| 30 | «С ситуацией, конечно, приведу пример, когда был рост цен. Это в первую очередь лекарства и лекарства импортные» | <i>Сильная инфляция, Товары-маркеры, Лекарства</i> | <i>Лекарства как товар-маркер</i> | |
| 31 | «ЦБ повышает ставку, чтобы удержать инфляцию. Удержать инфляцию. Только для этого еще может быть. Ну, так сказать, скорректировать курс цен, чтобы они не ползли вверх» | <i>Центральный банк, Ключевая ставка, Повышение</i> | <i>ЦБ снижает инфляцию высокой ставкой</i> | <i>Ключевая ставка</i> |
| 32 | «Повышение ставки, конечно, оказывает и очень большое влияние, потому что кредиты для реального производства, для заводов, для фабрик становятся недоступными, дорогими. И это очень сильно вредит нашему отечественному производству» | <i>Центральный банк, Ключевая ставка, Повышение, Инфляция</i> | <i>Инфляция издержек</i> | |
| 33 | «К ключевой ставке же привязана выдача кредитов, и депозиты в банках населения тоже привязаны к ставке ключевой. Многие банки ориентируются на ключевую ставку. Они же под процент берут деньги у государства» | <i>Центральный банк, Банки, Ключевая ставка, Кредиты, Депозиты</i> | <i>Ключевая ставка влияет на ставки по кредитам</i> | |
| 34 | «Думаю, он [ЦБ] это [повышение КС] принимает для того, чтобы ну, собственно, как-то отрегулировать цены, поток денежных средств внутри страны. Но я не профессионал, поэтому тут несколько затрудняюсь сказать точно, почему и зачем» | <i>Центральный банк, Ключевая ставка, Цены</i> | <i>КС как-то связана с инфляцией</i> | |
| 35 | «Потому что у меня такое ощущение, что эта ставка для конечного потребителя будет вынесена совершенно в других формах, от совершенно других субъектов. Понимаете? Я узнаю потом. От универсама, от моего парикмахера, ну и так далее, понимаете? Я от конечного игрока на рынке это узнаю. И там все будет, кстати говоря, не соответствовать этим процентам» | <i>Центральный банк, Ключевая ставка, Цены</i> | <i>КС прямо не влияет на простых людей</i> | |
| 36 | «Ну, из моего опыта исходя, я пытался года два-три назад кредит взять. И вот когда, то есть для меня такой психологический по процентам, хотя это может быть не такой, не очень полный, не очень комплексный, но по процентам я думал, ну хорошо, максимум 7 процентов возьму кредит. И вот начался рост, и я буквально там неделю-месяц не успел, дальше я уже от этой идеи как бы совсем отказался. И плюс еще и рост цен, то есть рост цен плюс проценты, это повлияло» | <i>Центральный банк, Ключевая ставка, Кредиты</i> | <i>При повышении КС откажусь от кредитов</i> | |
| 37 | «Когда в [20]22 году Банк России объявил о повышении ключевой ставки, заметил, что в банках подрос процент на вклады, ну, собственно, сделал вклад. Вот, собственно, тогда это и повлияло на решение» | <i>Центральный банк, Ключевая ставка, 2022, Вклад</i> | <i>При высокой ставке открою вклад</i> | |

| | | | | |
|----|---|---|---|--------------------|
| 38 | «Ну, нужно еще понимать, да, как бы мы сейчас находимся на пике вот этой ключевой ставки, да, или нет, да, ну исходя из того, что я вижу, центральный банк хочет, в общем-то тогда я выключил ставку, да, все-таки понизить уровень инфляции в нашей стране и, соответственно, решение, которое я могу вот сейчас принять, исходя из там моего опыта, – это пойти и положить деньги в банк, ну вот так, просто решение, и получить там те же самые 16–15 процентов, которые сейчас банк дает, и не покупать пока продукты, товары и услуги, поскольку политика, которую проводит центральный банк, направлена на сбережение, вот и все» | <i>Центральный банк, Ключевая ставка, Сбережения, Вклад</i> | <i>При высокой ставке открою вклад</i> | |
| 39 | «Вот когда что-то резко происходит, и, допустим, мой банк, через который я получаю зарплату, объявляет, что вот с повышением ставки у нас появились интересные вклады, ну, я занимаюсь тем, что захожу в интернет-банк, значит, часть своих денег со старого вклада перекладываю на новый. Вот это да, это я все-таки пользуюсь информацией об изменении ставки» | <i>Центральный банк, Ключевая ставка, Банки, Вклад</i> | <i>При высокой ставке открою вклад</i> | |
| 40 | «Нет, я в целом не занимаюсь вот этим запасательством. Потому что опять же, если мы говорим про мелкие покупки или про покупки уровня сигарет, то сейчас мое финансовое состояние позволяет мне не запасать данный вид товара. Для меня это не является существенной тратой» | <i>Потребление, Сигареты, Впрок, Отказ</i> | <i>Отказ от закупок впрок</i> | |
| 41 | «Обвалилась гречка, кстати, вот. Пожалуй. Другое дело, что она не вызвала у меня шока. Она доходила до 100 рублей. Ее держали сети, типа там 97,90. А потом я прихожу и смотрю, она опять стоит около 40 или 50 рублей. Думаю, о чем кричали-то. Вот, наверное, по гречке, пожалуй, видно. И масло было тоже. Масло было растительным, оно дорожало. А потом оно снизилось и тоже раза в полтора сразу. И я подумала, о чем был спор» | <i>Гречка, Цены, Шоки, Масло</i> | <i>Цены возвращаются к норме после шоков</i> | |
| 42 | «Ну, я такая, да, в предыдущие моменты я брала, закупалась. И тушенку покупала, когда ажиотаж был, и масло растительное набирала впрок. Дети надо мной смеялись, поэтому я прекратила это делать, потому что, я понимаю, действительно это бесполезно» | <i>Закупки, Впрок, Консервы, Отказ</i> | <i>Отказ от закупок впрок</i> | <i>Предложение</i> |
| 43 | «У меня один из родственников страдает хроническими заболеваниями. И когда два года назад были непонятные ситуации, мы закупились на месяц, по-моему, даже на два месяца вперед лекарствами просто ввиду того, что цены могли, и они действительно впоследствии подросли» | <i>Закупки, Впрок, Лекарства</i> | <i>Покупаю впрок критически важные товары</i> | |
| 44 | «Вообще не покупаю. Впрок вообще ничего. Раньше... Так возьмем. Пять лет назад. Да, вот идешь в магазин, покупаешь. Сейчас как-то поняли, что все свободно, все есть. Пусть оно подороже, но оно есть. Езжай. Даже вот пешком идешь. Я с работы иду пешком. Вот зайти в магазин, попадается, | <i>Закупки, Впрок, Магазины</i> | <i>Отказ от закупок впрок, В магазинах все есть</i> | |

| | | | | |
|----|--|--------------------------|--|--|
| | купи, на раз купил, поел, забыл. Все. Вот мы с мужем сейчас так вот, мы вообще не покупаем впрок. Ничего» | | | |
| 45 | «В какой-то момент своей бедной студенческой жизни я откладывала покупку для того, чтобы потом потратить на эту же вещь в два раза больше. Потому что, по моему опыту, никогда не бывало такого, что ты откладываешь покупку, потом цена на нее снижается. Чаще всего она либо не изменяется, либо повышается, и тебе все равно приходится покупать по стоимости. Вот. Какая она есть. То есть я понимаю, что есть такие моменты, например, Ну. В общем, нет, не было у меня такого, что я откладывала, короче. Точнее, были моменты, что я откладывала покупку, но я так больше не буду делать» | <i>Закупки, Инфляция</i> | <i>Копить на покупку бессмысленно, поскольку она сильно подорожает</i> | |

Рис. 2. Граф основных нарративов



Центральные вершины графа – это основные высказанные информантами концепции, ребра от которых ведут к вершинам, раскрывающим эти концепции *in vivo*.

Далее приведены примеры некоторых ключевых центральных вершин (выделены **цветом**).

Концепции, высказанные на вопрос о том, *что такое инфляция*:

- Не знаю, что такое инфляция
- Инфляция – это когда цены растут быстрее зарплат
- Инфляция – это неконтролируемый рост цен
- Инфляция – это покупательская способность денег
- Инфляция – это рост цен на все
- Инфляция – это когда можешь купить меньше
- Инфляция – это рост стоимости жизни
- Инфляция – это когда продукты дорожают

Концепции, высказанные на вопрос о том, *в чем причины инфляции*:

- Нехватка предложения
- Логистика
- Удорожание сырья
- Жадность бизнеса
- Издержки бизнеса
- Курсовые колебания
- Проблемы в экономике
- Потребительский ажиотаж
- Кредиты
- Льготное кредитование
- Спрос
- Инфляция из-за большого потребления
- Государству выгодна инфляция
- Структурная трансформация
- Госвливания
- Инфляция растет без причин
- Неурожай
- Финансовые спекуляции

- Уход брендов
- Рост денежной массы
- Рост мировых цен
- Власть монополий
- Падение экспорта

Концепции, высказанные на вопрос о том, *как снизить инфляцию*:

- Нужно производить все внутри страны
- Инфляция должна снижаться, когда экономика растет
- Для снижения инфляции надо заниматься каждым товаром отдельно
- Льготные кредиты производителям
- Развитие сельского хозяйства
- Нужно штрафовать компании, завышающие цены
- Увеличение предложения жилья
- Безусловный базовый доход
- Талоны
- Национализация природных ресурсов
- Уволить чиновников
- Изучить международный опыт
- Урезать льготные кредиты
- Для снижения инфляции нужно повысить ключевую ставку
- В России из-за ее специфики невозможна низкая инфляция
- Ничего нельзя сделать

Концепции, высказанные на вопрос о том, *при каких условиях вы будете готовы поверить в снижение инфляции*:

- Поверю в снижение инфляции, когда увижу это в магазинах, когда цены не будут расти:
 - 2–3 месяца
 - 1 год
 - 5 лет
- Поверю в снижение инфляции при увеличении товаров
- Поверю в снижение инфляции, когда зарплата вырастет
- Поверю в снижение инфляции, когда снимут санкции

- Поверю в снижение инфляции, когда бензин подешевеет
- Поверю в снижении инфляции, когда жилье подешевеет
- Поверю в снижение инфляции, если Президент об этом скажет
- Поверю в низкую инфляцию, когда перестану покупать по акции
- Поверю в низкую инфляцию, когда ЖКХ перестанет так дорожать
- Поверю в снижение инфляции, когда запустят новые заводы
- Поверю в снижение инфляции по статистике

Концепции, высказанные про [ключевую ставку \(КС\)](#):

- ЦБ снижает инфляцию высокой ставкой
- КС как-то связана с инфляцией
- Рост КС ведет к росту кредитования³
- ЦБ меняет КС для повышения уровня жизни
- ЦБ меняет КС для стабилизации экономики
- Ставка влияет на рубль
- Снижение ставки прекрасно
- Ключевая ставка влияет на потребление
- Ключевая ставка не влияет на потребление
- Ключевая ставка влияет на кредитование
- КС не влияет на простых людей
- Непонятно, зачем сообщают о КС
- КС должна быть выше
- Что мне с этого
- При высокой ставке открою вклад
- При повышении КС откажусь от кредитов
- Изменение КС нужно для бюджета
- Ключевая ставка влияет на спрос
- Снижение КС – это сигнал потреблять
- Ключевая ставка не влияет на продукты питания
- ЦБ игнорирует экономику при принятии решений по КС
- Не вижу связи между КС и инфляцией

³ Пример прямой цитаты: «Ну, я просто наблюдаю действительность. Когда ставку повышают, все начинают что-то активно покупать, брать кредиты, потому что боятся, что ставку еще больше повысят».

- КС тормозит экономику
- КС – это ставка по ипотеке
- КС нельзя снижать, так как упадет рубль
- КС – это элемент плановой экономики
- Повышение КС означает, что дела у экономики плохи
- КС надо повышать резко, а не постепенно
- Сейчас инфляция не реагирует на КС
- Не знаю, как связаны КС и инфляция
- Сейчас КС очень высокая
- Не знаю, что такое КС
- Бизнес повышает цены темпами КС
- КС не работает
- Высокая КС генерирует доходы, которые люди тратят
- Не нравятся резкие колебания КС туда-сюда
- Не понимаю, как работает КС
- Чаще всего ЦБ упоминают в новостях из-за КС
- Ипотека зависит от КС
- Повышение ставки означает рост цен

Итогом исследования в рамках обоснованной теории является создание картины мира, отраженной в данных и демонстрирующей способ мышления информантов. Мы идентифицировали магистральный нарратив относительно экономических ценностей, доминирующий в обществе, а также индуктивно установили связи с ключевыми категориями контекста. Кроме того, учитывая обнаруженное разнообразие в нарративах, мы выделили несколько дополнительных нарративов, которые также распространены в общественном мнении.

Идентифицированные истории представлены в табл. 3.

Табл. 3. Идентифицированные истории

| Центральный феномен | Темы центрального феномена |
|--|--|
| Страна-фабрика | <ul style="list-style-type: none">• Россия – самая богатая страна, в которой есть вся таблица Менделеева и очень умные люди. Нужно все производить внутри страны. Сильная экономика, которая полностью обеспечивает себя и не зависит от других, – это <u>ключевая экономическая ценность</u>.• Лучшие ролевые модели – это Китай (потому что сам все производит), СССР (то же самое, а еще там были фиксированные цены и высокое качество товаров) и Белоруссия (стабильная экономика, хорошие и доступные натуральные продукты). Америка живет на финансовых спекуляциях, этот пузырь неизбежно лопнет. Нам нужна реальная экономика, которая производит товары• Когда экономика растет, инфляция неизбежно снижается. Потому что заводы работают, товары производятся, ассортимент постоянно увеличивается. А когда предложение растет на рынке, цены падают.• Очень важно иметь как можно больше стройки. Так будут и новые производства, и новое жилье. Все это будет улучшать качество жизни простых людей.• Низкая безработица – это очень хорошо. Во-первых, люди не сидят дома без работы; во-вторых, значит, экономика растет, производство идет. Все заняты делом |
| (подкрепляющая концепция) Регулирование цен | <ul style="list-style-type: none">• Единственный эффективный способ остановить рост цен – это административно регулировать их. Хотя бы на самые базовые продукты питания, одежду, лекарства, товары для детей.• В основе инфляции чаще всего лежит жадность бизнеса. Наценки, желание нагреть руки за счет простых людей. За это нужно жестко наказывать, штрафовать за повышение цен выше экономически обоснованного уровня. В некоторых случаях источник инфляции – проблемы с логистикой или бензином и тарифами. <p>Зарплаты у людей растут гораздо меньше, чем инфляция. В итоге на свои доходы можешь купить себе гораздо меньше. Нужно регулировать рост цен, чтобы он ни в коем случае не превышал темпы роста доходов</p> |

| Распространенные потребительские стратегии | Основные | Более редкие |
|--|---|---|
| | <ul style="list-style-type: none">• Отказ от ажиотажных закупок впрок относительно дешевых товаров при ухудшении информационного фона. Потому что в магазинах все и так есть.• Закупка впрок долго хранящихся товаров: консервов, риса, муки, сахара и соли.• Немедленная покупка крупных товаров (машина, квартира, техника, зимняя резина, зимняя одежда, техника и электроника) при ожидании роста цен, прежде всего при ожиданиях ослабления рубля.• Закупка впрок критически важных товаров, индивидуальных для каждого потребителя (часто – импортные лекарства, детское питание, корм для животных, контактные линзы и так далее).• Закупка впрок отдельных товаров в случае локальных акций магазинов.• При росте цены – сначала отложить покупку (выжидательная стратегия), затем – поиск более дешевого аналога, затем – покупать реже, в конце – отказ от данного товара ИЛИ покупка при острой необходимости (например, для лекарств).• При повышении ключевой ставки – открыть вклад, кредит отложить в случае невозможности получить его на льготных условиях.• Отказ от прогнозирования инфляции.• Отслеживание текущей инфляции по среднему чеку в магазине, скорее без выделения конкретных товаров-маркеров.• Самый хороший исторический период в экономике – это либо год совершения знаковой крупной покупки (квартира, машина), либо 2018 [назван прямо]. | <ul style="list-style-type: none">• Инвестирование• Осознанное потребление• Услуги вместо товаров (каршеринг вместо машины) |

4. Результаты и выводы

По итогам исследования мы определили доминирующий в российском обществе нарратив об экономических ценностях, а также индуктивно установили его связи с ключевыми понятиями о товарах-маркерах, инфляции, зарплате, безработице, ключевой ставке и так далее. Это позволило значительно обогатить понимание экономических ценностей российского общества и месте ключевой ставки в этой системе.

Фундаментальное ценностное понятие для российского общества в экономике, сформулированное непосредственно информантами (in vivo), – «**страна-фабрика**». Это ядерное понятие нарратива, подкрепленное позитивно воспринимаемыми ролевыми моделями СССР и Китая, отражает образ сильной самодостаточной экономики. Она обладает природными ресурсами, которые воспринимаются почти как безграничные, а также богатым человеческим капиталом. Все это позволяет ей производить любые товары, в том числе потребительские, внутри страны. С этим понятием тесно связаны такие важные ценности, как «суверенитет» и «самообеспеченность», к нему также тесно примыкает категория «импортозамещение». Такая экономика нацелена на постоянное наращивание предложения товаров, в результате растет их качество и ассортимент. Цены в ситуации бесперебойного наращивания предложения рыночным образом стабилизируются или даже снижаются. Избыток предложения ведет к устойчивому ослаблению инфляции. К промышленному нарративу примыкает строительный. Бум в стройке воспринимается так же позитивно, как и открытие новых заводов и производств. Нарратив об активной стройке связан с одним из ключевых понятий о жилищных условиях. С ним также связаны очень важные для информантов ипотека, квартира, доступность жилья. Возможность купить квартиру представляется как один из важнейших сигналов о хорошем времени в экономике. В этой логике от центрального банка ожидается постоянное поддержание ставок в экономике на низком уровне для поддержки производства. При этом инфляция издержек представляется одной из ключевых проблем, с которой центральный банк должен бороться низкими ставками по кредитам. Административное регулирование цен поддерживается, но с оговорками: оно должно распространяться либо на малообеспеченные слои населения, либо касаться только базовых продуктов питания и лекарств. Признается, что тотальное регулирование цен, скорее всего, будет вести к проблемам – товарному дефициту и отсутствию роста зарплат.

Отдельно стоит рассмотреть копируемые (активно тиражируемые, распространенные) потребительские стратегии поведения, контекстом для которых является описанный выше ценностный нарратив.

Инфляция оценивается прежде всего по среднему чеку – той сумме, которую люди регулярно оставляют в супермаркетах. Кроме того, об инфляции судят по крупным покупкам (машина, квартира, ремонт, дорогие услуги и так далее) и критически важным товарам для каждого конкретного потребителя (чаще всего называются лекарства и медицинские товары, а также детское питание). Отдельно следует выделить бензин как особый индикатор ценового давления. Стоит отметить, что «товары-маркеры» – единственная категория, по которой в ходе исследования не происходило нарративного насыщения. То есть даже 52-й информант называл новые категории (продукты или услуги), на цены по которым он обращает внимание. Перечень таких покупок оказался неожиданно широким: в него вошли не только ожидаемые мясо, овощи, молоко, бензин, сигареты и курс

рубля, но и авокадо, зимние шины, горнолыжное оборудование, акции компаний на бирже, контактные линзы, абонемент на фитнес, бутилированная вода, имбирь, глазированные сырки, черешня, услуги массажа и многие другие категории, которые имеют незначительный вес в индексе потребительских цен Росстата или даже вовсе в нем отсутствуют. То есть потребление очень сильно различается между информантами, и, следовательно, можно предположить, что и уровни личной инфляции будут для них сильно различаться.

Информанты низко оценивают свою склонность к ажиотажным и импульсивным покупкам под влиянием негативного информационного фона. Эпизоды подобного потребительского поведения («покупка гречки и консервов пачками») скорее осуждаются («дети надо мной смеются, когда я так делаю»). Применявшие такую стратегию в прошлом информанты сожалеют об этом, признавая, что «в магазинах все есть» и не было необходимости совершать подобные действия, «ведь после ценовых всплесков из-за ажиотажа цены потом возвращаются к прежнему уровню», а «продукты имеют срок годности». Вместе с тем информанты, как правило, делают некоторый запас базовых долго хранящихся продуктов (соль, сахар, спички, крупы, консервы, макароны), купленных, как правило, по акции в магазине.

Представители самого молодого поколения (информанты до 25 лет) сообщали о проинфляционных стратегиях потребительского поведения, которые даже превосходили стратегии старшего поколения, заставшего гиперинфляцию и товарный дефицит. В частности, стратегия звучит так: «При ожидании роста цен на дорогой товар я куплю его немедленно в кредит, чтобы таким образом зафиксировать цену, потому что раньше я уже с таким сталкивался. Копил на покупку, но цена взлетела так, что товар стал недоступен». Это сильно контрастирует с основной копируемой стратегией «При ожидании роста цен я займу выжидательную стратегию в надежде на возвращение цены к норме, поищу аналоги или сокращу потребление данного товара». Кредит в базовой стратегии оформляется лишь в крайнем случае и только для очень крупных покупок – машины, квартиры. Молодые информанты более склонны привлекать кредиты на относительно недорогие вещи, и делать это при малейшем подозрении на рост цен. Вероятно, это может быть связано с тем, что взросление младшего поколения пришлось на период 2020–2024 гг., когда сначала пандемия, а затем структурная трансформация и давление санкций привели к тому, что инфляция в течение нескольких лет подряд не снижалась к цели вблизи 4%, а ситуация в экономике в целом характеризовалась повышенной неопределенностью. Эта гипотеза будет проверена на количественном этапе настоящей серии исследований.

Среди дополнительных и, по всей видимости, пока не сильно распространенных стратегий потребительского поведения можно назвать осознанное потребление (внимание к экологии, желание обойтись минимально возможным количеством покупок для снижения нагрузки на окружающую среду), активное инвестирование (высокий интерес к инструментам фондового рынка) и преимущественное потребление услуг вместо товаров. Женщины чаще называли услуги среди товаров-маркеров, чем мужчины. Интересно, что женщины чаще отслеживают динамику цен по услугам ЖКХ, стоматологическим, косметологическим услугам, а также по услугам ногтевого сервиса. Маникюр в качестве товара-маркера назывался значительно чаще, чем такси, стрижка и даже коммунальные услуги (хотя в рамках инструментария качественного исследования мы не можем сделать точного сравнения частотности между категориями).

В стратегии потребления ключевое место играют крупные покупки. Если экономическая ситуация позволяет их совершать, то она в целом воспринимается как благоприятная, даже если характеризуется высокой инфляцией. О том, что инфляция снижается, многие судят по тому, что открываются возможности сделать крупные покупки. При этом все же главный признак снижения инфляции – это «увидеть это собственными глазами в магазине», когда цены остаются относительно стабильными. Это связано с понятием «средний чек». Предпочитаемый срок, в течение которого средний чек в магазине не должен меняться, чтобы информант мог сделать вывод о стабилизации ценовой динамики, оценивается с большим разбросом от 2 месяцев до 5 лет.

Примечательно, что в ответ на вопрос, какое время в экономике России было самым благоприятным, доминирует нарратив «когда я купил квартиру/машину». Также назывался 2018 год. Такое позитивное отношение к 2018 г. информанты связывали с разными факторами: от «давайте к тому же бензину, в 2018-м сколько он был? В 2018-м он был 34, по-моему» до «очень субъективно, в то время я работала в сфере обслуживания и люди тратили просто немеряно много денег, посадка в ресторане была полной». Также назывались в качестве обоснования низкая инфляция, рост экономики и общая стабильность. Отметим, что в 2018 г. инфляция составляла 4,2%, то есть соответствовала цели по инфляции Банка России вблизи 4%.

Отдельно остановимся на теме восприятия таргета по инфляции в 4%. Немногие информанты были о нем осведомлены. Ни один из информантов не привязывал к нему ни текущую, ни ожидаемую, ни идеальную инфляцию. При количественных оценках информанты использовали следующий ряд целых чисел: 0, 1, 2, 5, 10, 15, 20, 50, 100. Достаточно часто информанты оценивали текущую инфляцию как 10–15% и сообщали о том, что в будущем темпы роста будут примерно такими же. Это в целом соответствует количественным данным ФОМ об инфляционных ожиданиях населения. Квантифицированный в исследовании показатель инфляционных ожиданий информантов в июне 2024 г. составил 12,42%, а соответствующий показатель ФОМ для этого месяца – 11,9%. Это может быть свидетельством робастности полученных в настоящем исследовании оценок.

Достаточно интересна широкая палитра суждений, полученных в ответ на вопрос о том, что такое ключевая ставка и какую роль она играет в экономике. Мнения очень разные и в чем-то взаимоисключающие. Например, «повышение ставки повышает цены» и «ЦБ повышает ставку, чтобы снизить инфляцию». Были также высказаны суждения о том, что изменение ключевой ставки как-то связано с государственным бюджетом, ипотекой и инфляцией. В целом нарративы о ключевой ставке и инфляции тесно связаны, что указывает на то, что связь между этими категориями скорее осознается. При этом мнения относительно того, как именно влияет ставка на инфляцию, как мы уже описали, разные.

Отдельно информанты высказывались на тему того, как они воспринимают темпы и масштаб изменения ставки. Для многих было некомфортно, что ставка «часто меняется», и непонятно, почему о ней так часто сообщают (особенно если она осталась неизменной). Это интересный сигнал для центрального банка, экономисты которого часто задаются вопросом, а достигают ли их сообщения широкой аудитории вообще.

Кроме того, мы делаем предположение о том, что, хотя в нашей теории, укорененной в данных, информанты не до конца понимают, как работает денежно-кредитная политика и как ключевая ставка влияет на инфляцию, людям все же свойственно рациональное экономическое поведение. То есть при повышении ставки самым копируемым решением считается открытие вклада и отказ от кредита, а снижение ставки воспринимается как «сигнал потреблять» и брать кредиты, особенно на дорогие покупки. Даже те информанты, которые говорили о том, что «увеличение ключевой ставки ведет к росту инфляции» в ответ на вопрос о том, как повышение ставки повлияет на их собственные решения, сообщали о том, что повременят с кредитами и лучше откроют вклад.

В случае ожидания роста цен доминирующей стратегией является выжидательная. Цены могут вырасти из-за локальных спекуляций, после чего обязательно вернуться к «нормальному» уровню. И самое важное здесь, по мнению информантов, не подогревать панику. С другой стороны, это все не распространяется на критически важные товары, индивидуальные для каждого информанта (прежде всего лекарства), а также на стратегии поведения молодого поколения, где позитивно относятся к кредитам, а опыт взросления в ситуации инфляционных шоков привел к отсутствию ожиданий снижения инфляции (такого опыта они просто пока не имели).

5. Заключение и дискуссия

В настоящей работе была поставлена цель создать карту нарративов российского общества об экономических ценностях, чтобы посмотреть, какое место в ней занимают инфляция, ожидания роста цен и ключевая ставка. Для этого мы использовали качественный социологический метод – обоснованную теорию.

Мы провели глубинные интервью с 52 информантами из 11 крупнейших городов, охватывающих все федеральные округа страны. Такой подход позволил вступить с участниками исследования в открытый, свободный диалог об экономике и ценах как части их повседневной жизни. Все интервью были обезличены и подвергнуты трехэтапному кодированию в соответствии с методологией обоснованной теории. Итогом стала нарративная карта российского общества, охватывающая более 165 тыс. тегов, объединенных в 16 ключевых категорий. Принципиально важно, что качественный подход не предполагает измерения распространенности мнений или установления причинно-следственных связей; его задача – выявить разнообразие смыслов и интерпретаций, с которыми люди осмысливают инфляцию, не навязывая им оценок. Такой метод позволяет выявить новые гипотезы, неочевидные в рамках количественных исследований.

Мы сделали несколько важных выводов. Во-первых, ядерным экономическим нарративом является образ **«страны-фабрики»** – ценность, акцентирующая суверенитет и индустриальную мощь. Многие респонденты описывают идеальную экономику как самодостаточную, не зависящую от внешней поддержки, аналогичную СССР или современному Китаю. Такая картина включает активную индустриализацию, стройки и низкие ставки для стимулирования промышленности.

Во-вторых, были обнаружены устойчивые **потребительские стратегии** поведения. В целом их можно охарактеризовать как рациональные. Среди них – преимущественный отказ от «ажитажных покупок впрок» на негативном информационном фоне, что, впрочем, не распространяется на критически важные

категории потребления. Кроме того, информанты, даже не зная точного влияния ключевой ставки, тем не менее принимали рациональные решения в гипотетических ситуациях (например, увеличить сбережения при росте ставок или отказаться от кредита).

В-третьих, несмотря на наличие некоторых товаров-маркеров, люди во многом ориентируются на общую сумму регулярных покупок, то есть на **средний чек** в магазине. Информантам было крайне сложно выделять узкие категории, по которым они формируют свои ожидания будущей инфляции. Список этих узких категорий очень сильно варьировался между информантами.

Все эти выводы расширяют наше понимание того, какое место инфляция и ключевая ставка занимают на карте экономических ценностей россиян, а также как граждане принимают экономические решения. Дальнейшим этапом работы станет проверка обнаруженных тенденций с помощью количественных социологических методов.

Литература

- Андреев А., Грищенко В., Лымарь М., Орлов Д., Шубин И. (2024) Факторы формирования инфляционных ожиданий населения (по данным обследования финансов домохозяйств). *Экономическая политика*, 19(5): 54–83.
- Бондаренко, В. А. (2023). Основные тенденции покупательского поведения: закономерности и противоречия, общие тренды и российские особенности. *Практический маркетинг*, (10), 16–22.
- Грищенко, В., Гасанова, Д., Фомин, Е., & Кореняк, Г. (2023). Идентификация товаров-маркеров и влияние их цен на инфляционные ожидания российских домохозяйств. Банк России. Серия докладов об экономических исследованиях, (117).
- Красильникова, М. (1997). Динамика показателей благосостояния населения по данным социологических опросов. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*, (6), 19–25.
- Красильникова, М. Д. (2009). Население в кризисе: отложенные уроки. *Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии*, (4), 69–77.
- Туманянц, К., Кулешов, Ф., Пеникас, Г., & Зуев, В. (2025). Влияние уровня финансовой грамотности на инфляционные ожидания: оценка на данных псевдопанели по России.
- Alesina, A. F., & Angeletos, G. M. (2003). Fairness and redistribution: US versus Europe.
- Alesina, A., & Fuchs-Schündeln, N. (2007). Good-bye Lenin (or not?): The effect of communism on people's preferences. *American Economic Review*, 97(4), 1507-1528.
- Andrade, P., Gautier, E., & Mengus, E. (2023). What matters in households' inflation expectations?. *Journal of Monetary Economics*, 138, 50–68.
- Asmussen, J. (2012). Building trust in a world of unknown unknowns: Central Bank communication between markets and politics in the crisis. *Speech at the European Communication Summit*.
- Bernanke, B. S. (2004). *Speech by Governor Bernanke on the Great Moderation*.
- Bernard, H. R., Wutich, A., & Ryan, G. W. (2016). *Analyzing qualitative data: Systematic approaches*. SAGE publications.
- Binder, C. (2017). Fed speak on main street: Central bank communication and household expectations. *Journal of Macroeconomics*, 52, 238–251.
- Binetti, A., Nuzzi, F., & Stantcheva, S. (2024). People's understanding of inflation. *Journal of Monetary Economics*, 148, 103652.
- Birks, M., & Mills, J. (2014). Quality in qualitative research. *Qualitative methodology: A practical guide*, 221–236.
- Blumer, H. (2012). Symbolic interactionism [1969]. *Contemporary sociological theory*, 62.
- Braun, B. (2016). Speaking to the people? Money, trust, and central bank legitimacy in the age of quantitative easing. *Review of international political economy*, 23(6), 1064–1092.

Charmaz, K. (2008). Reconstructing grounded theory. *The SAGE handbook of social research methods*, 461–478.

Christelis, D., Georgarakos, D., Jappelli, T., & Van Rooij, M. (2020). Trust in the central bank and inflation expectation. Available at SSRN 3540974.

D'Acunto, F., De Fiore, F., Sandri, D., & Weber, M. (2025). A global survey of household perceptions and expectations. *BIS Quarterly Review*, 33–48.

Di Tella, R., MacCulloch, R. J., & Oswald, A. J. (2001). Preferences over inflation and unemployment: Evidence from surveys of happiness. *American economic review*, 91(1), 335–341.

Devereux, M. B., & Engel, C. (2003). Monetary policy in the open economy revisited: Price setting and exchange-rate flexibility. *The review of economic studies*, 70(4), 765–783.

Drews, S., & Van Den Bergh, J. C. (2016). Public views on economic growth, the environment and prosperity: Results of a questionnaire survey. *Global Environmental Change*, 39, 1–14.

Ehrmann, M., Eijffinger, S., & Fratzscher, M. (2012). The role of central bank transparency for guiding private sector forecasts. *The Scandinavian Journal of Economics*, 114(3), 1018–1052.

Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field methods*, 18(1), 59–82.

Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Routledge.

Grant, D. (2014). What makes a good economy? Evidence from public opinion surveys. *Economic Inquiry*, 52(3), 1120–1136.

Green, J., & Thorogood, N. (2004) *Qualitative methods for health research* (2nd ed., pp. 198–202). London: Sage Publications.

Haldane, A., & McMahon, M. (2018, May). Central bank communications and the general public. In *AEA papers and proceedings* (Vol. 108, pp. 578–583). 2014 Broadway, Suite 305, Nashville, TN 37203: American Economic Association.

Hayes, Z. (2018). Politics of the Global Economy "Brexit". *Pepperdine Policy Review*, 10(1), 4.

Hennink, M., Hutter, I., & Bailey, A. (2020). *Qualitative research methods*. Sage.

Hennink, M. M., Kaiser, B. N., & Marconi, V. C. (2017). Code saturation versus meaning saturation: how many interviews are enough? *Qualitative health research*, 27(4), 591–608.

Hofstetter, M., & Rosas, J. N. (2021). The poor and the rich: Preferences over inflation and unemployment. *Journal of Money, Credit and Banking*, 53(4), 875–895.

Inglehart, R. F. (2013). Changing values among western publics from 1970 to 2006. In *European politics* (pp. 130–146). Routledge.

Kumar, S., Afrouzi, H., Coibion, O., & Gorodnichenko, Y. (2015). Inflation targeting does not anchor inflation expectations: Evidence from firms in New Zealand. *Brookings papers on economic activity*, 2015(2), 151–225.

Lamla, M. J., & Vinogradov, D. V. (2019). Central bank announcements: Big news for little people? *Journal of Monetary Economics*, 108, 21-38.

Muradyan, O., Shirokanova, A., & Matosyan, T. (2012). Value change in New Eastern Europe.

Namey, E., Guest, G., McKenna, K., & Chen, M. (2016). Evaluating bang for the buck: a cost-effectiveness comparison between individual interviews and focus groups based on thematic saturation levels. *American Journal of Evaluation*, 37(3), 425–440.

Newland, Carlos & Lips, Brad & Czegledi, Pal. (2020). Global Index of Economic Mentality (GIEM) 2020.

Perrone, G., Unpingco, J., & Lu, H. M. (2020). Network visualizations with Pyvis and VisJS. arXiv preprint arXiv:2006.04951.

Scheve, K. (2001). Public attitudes about inflation: a comparative analysis. *Bank of England Quarterly Bulletin*, Autumn.

Şimandan, R., Păun, C. V., & Glăvan, B. (2023). Post-pandemic greenness? How central banks use narratives to become green. *Sustainability*, 15(2), 1630.

Shiller, R. J. (1997). Why do people dislike inflation? In *Reducing inflation: Motivation and strategy* (pp. 13–70). University of Chicago Press.

Shiller R. J., Boycko M., Korobov V. Popular attitudes towards free markets: The Soviet Union and the United States compared. – 1990.

Solow, Robert M. 1979. "What We Know and Don't Know about Inflation." *Technology Review* 81, no. 3: 30–47.

Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research techniques*.

Приложение 1. Вопросы интервью

ДАВАЙТЕ ПОЗНАКОМИМСЯ

БЛОК 1. ЗНАКОМСТВО

- (1) Расскажите, пожалуйста, кратко о себе: сколько вам лет, где вы родились, где учились, кем вы работаете? Ваше семейное положение, есть ли у вас дети?

А ТЕПЕРЬ ПОГОВОРИМ О СИТУАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

БЛОК 2. ВОСПРИЯТИЕ ИЗМЕНЕНИЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

- (2) Вы можете описать себя как человека, интересующегося экономикой?
- (3) Как вы оцениваете текущее материальное положение большинства граждан страны? От чего прежде всего зависит благополучие граждан, по вашему мнению?
- (4) В какой период времени (*несколько лет/месяцев*) за последние 10–20 лет вы чувствовали себя наиболее комфортно с точки зрения общих экономических условий в стране? Почему?

ПЕРЕЙДЕМ К ТЕМЕ «ИНФЛЯЦИЯ»

БЛОК 3. ЧТО ИНФОРМАНТ ПОНИМАЕТ ПОД ИНФЛЯЦИЕЙ

- (5) Наверное, вы много раз в жизни слышали слово «инфляция». Что такое инфляция для вас?
- (6) Сильно ли, на ваш взгляд, в последнее время росли цены в магазинах? Если да, то, как вы думаете, почему это происходило?
- (7) Какие темпы изменения цен вы считаете приемлемыми?

БЛОК 4. ВОСПРИЯТИЕ ИЗМЕНЕНИЯ УРОВНЯ ЦЕН

- (8) Как вы думаете, цены через год будут расти быстрее, чем сейчас, или медленнее? Поясните почему?
- (9) Назовите, пожалуйста, три любых товара и услуги, которые важны для вас настолько, что цены на них вы очень хорошо помните?
- (10) Были ли у вас ситуации, когда вы из каких-то источников узнавали, что на товар, который вы собирались купить, скоро повысятся цены? Что вы делали? Покупали его про запас, откладывали покупку, искали более дешевые аналоги?
- (11) Часто ли вы покупаете товары про запас, что именно?

- (12) Можете вспомнить ситуацию, когда цены на товар и услугу так сильно выросли, что вы это запомнили надолго? Расскажите о ситуации, когда вы столкнулись с обратным процессом и вас удивило снижение цены?
- (13) Представьте, что вы – человек, принимающий в стране решения. И у вас есть год, чтобы сделать так, чтобы цены росли медленнее, чем сейчас. Что бы вы сделали?
- (14) Теперь посмотрим на эту ситуацию с другой стороны. Власти стараются сделать так, чтобы цены росли медленнее. Что должно произойти на бытовом уровне, чтобы вы поверили, что цены будут расти медленнее, чем сейчас?
- (15) Можете ли вы назвать пример страны, которую считаете благополучной с точки зрения общих экономических условий и инфляции?

Приложение 2. Этическое заключение

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»

Заключение о соответствии
эмпирического исследовательского проекта этическим нормам

Настоящим удостоверяю, что проект «Выявление нарративных структур общественного мнения о восприятии инфляции и доверия к Банку России на основе глубинных интервью» (руководитель – А. А. Пономаренко, доцент Базовой кафедры Банка России НИУ ВШЭ) был рассмотрен членами Комиссии по внутриуниверситетским опросам и этической оценке эмпирических исследовательских проектов НИУ ВШЭ на заседании 17 июня 2024 года в соответствии с установленным в НИУ ВШЭ порядком. На основании голосования членов Комиссии было принято следующее решение: *«Эмпирический исследовательский проект полностью соответствует этическим нормам и может быть реализован в нынешнем виде».*

Председатель Комиссии
по внутриуниверситетским опросам
и этической оценке эмпирических
исследовательских проектов
НИУ ВШЭ,
первый проректор НИУ ВШЭ
В.В. Радаев

Дата: 17.06.2024

Подпись 