

Цифровой рубль: социологический анализ готовности российским населением.

Научный руководитель – Королёв Иван Владимирович

Честнейшин Артём Александрович

Студент (магистр)

Российский государственный социальный университет, Москва, Россия

E-mail: artemcestnejsin007@gmail.com

Аннотация. В статье представлен комплексный социологический анализ готовности российского населения к внедрению цифрового рубля. На основе данных ведущих исследовательских центров (ВЦИОМ, ВТБ, Brand Analytics) раскрывается парадокс высокой общей информированности о новой валюте при недостаточном понимании её сути и практических выгод. Выявлены ключевые социально-демографические факторы, влияющие на восприятие инновации, а также основные барьеры (опасения потери приватности, киберриски) и стимулы (безопасность, бонусы, удобство) для её массового принятия. Особое внимание уделено роли социальных медиа в формировании общественного мнения и специфике запросов различных групп населения.

Ключевые слова: цифровой рубль, социологический анализ, общественное восприятие, финансовая грамотность, цифровизация, готовность населения, социальные медиа, безопасность данных, смарт-контракты, цифровой разрыв.

Введение цифрового рубля представляет собой один из наиболее масштабных и дискуссионных проектов в области финансовых технологий в современной России. Этот шаг знаменует переход к новой, третьей форме денег, существующей наряду с наличными и безналичными средствами. Однако успех подобной инновации зависит не только от технологической надежности платформы Центрального банка, но и от её принятия обществом. Социологический анализ позволяет выявить глубинные тренды общественного мнения, существующие барьеры и потенциальные драйверы массового распространения цифровой валюты. Широкое внедрение цифрового рубля требует не только технической, но и социальной адаптации, и именно поддержка граждан определяет его востребованность и дальнейшее распространение [1].

Уровень информированности населения о цифровом рубле можно охарактеризовать как высокий, но поверхностный. Согласно совместному исследованию ВТБ и Brand Analytics, проведенному в 2025 году, подавляющее большинство россиян (94%) в целом знают о его существовании. Однако за этим числом скрывается дефицит глубинных знаний: 74% респондентов характеризуют свои познания как «знаю в общем, но не знаю деталей». Лишь каждый пятый (20%) осведомлен как о самом понятии, так и о деталях его использования [2]. Данные ВЦИОМ за 2023 год подтверждают эту тенденцию, показывая, что лишь 15% граждан были детально осведомлены о предстоящем внедрении, в то время как 55% лишь что-то слышали о нём. В общей сложности, спустя несколько лет активного обсуждения, 70% россиян были в той или иной степени информированы о введении цифрового рубля [3]. Это создает своеобразный «парадокс информированности»: широкое знание о новшестве сочетается с непониманием его сути, целей и механизмов работы, что является питательной средой для формирования мифов и опасений. Каждый второй россиянин (51%) затруднился ответить на вопрос о целях внедрения цифрового рубля, что красноречиво свидетельствует о сохраняющемся информационном вакууме [3].

Готовность российского населения к использованию цифрового рубля носит осторожный и выборочный характер. Интерес к новому платежному средству проявляют около

30% граждан, в то время как значительная часть – 40% – не видят в нем явных преимуществ по сравнению с существующими формами денег [3] [4]. Социально-демографический портрет потенциального пользователя четко прослеживается в данных: это молодежь в возрасте 18-34 лет (53% среди 18-24-летних и 50% среди 25-34-летних), мужчины (33% против 27% среди женщин), граждане с высшим образованием (36%) и устойчивым материальным положением (42% среди оценивающих свой достаток выше среднего), а также активные пользователи интернета (39%) [3]. Напротив, старшее поколение (60+), люди с низким уровнем образования и дохода демонстрируют наибольший скепсис. Например, среди лиц старше 60 лет не готовы пользоваться цифровым рублем 79% опрошенных [3]. Это свидетельствует о наличии «цифрового разрыва», где технологическая инновация может усугубить социальное неравенство в доступе к финансовым услугам.

В заключение можно констатировать, что российское общество находится в состоянии перехода от пассивного ознакомления к активной оценке цифрового рубля. Сформировался запрос не просто на технологическую новинку, а на безопасный, удобный и выгодный финансовый инструмент, который будет органично интегрирован в повседневные практики. Успех внедрения будет в решающей степени зависеть от того, насколько регулятору и банкам удастся преодолеть «доверительный разрыв» через прозрачную коммуникацию, надежные технические решения и создание ощутимой ценности для конечного пользователя. Как показывают исследования, для достижения этого потенциала «необходимо активно работать над информированием и образованием населения, развивать понятные и доступные образовательные программы, а также продвигать успешные примеры использования цифрового рубля в реальной жизни» [1]. Цифровой рубль стоит перед классическим вызовом любой масштабной инновации: ему необходимо не только доказать свою функциональность, но и завоевать социальную легитимность, устранив информационные пробелы и акцентируя внимание на реальных преимуществах для различных социальных групп.

Источники и литература

- 1) Александрова И.В., Галина Д.А. Анализ общественного восприятия цифрового рубля // Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2025» / Отв. ред. И.А. Алешковский, А.В. Андриянов, Е.А. Антипов, Е.И. Зимакова. [Электронный ресурс] – М.: МАКС Пресс, 2025.
- 2) «Цифровой рубль глазами россиян» Исследование о восприятии новой формы валюты ЦБ РФ в России // ВТБ, Brand Analytics – Москва, октябрь 2025.
- 3) Встречаем «цифровой рубль». Почти треть опрошенных россиян хотели бы попробовать использовать цифровой рубль // ВЦИОМ: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/vstrechaem-cifrovoi-rubl>
- 4) Опрос показал отношение россиян к цифровому рублю // Ria: <https://ria.ru/20250717/opros-2029636980.html>