



DOI: 10.24412/1561-7785-2026-2-128-140
EDN: OYFKWQ

ФИНАНСОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЁЖИ В КОНТЕКСТЕ «КРИЗИСА ЧЕТВЕРТИ ЖИЗНИ»

Заболоцкая А.Т.¹, Александрова О.А.^{1,2*}

¹Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
(125993, Россия, Москва, Ленинградский проспект, 49)

²ИСЭПН ФНИСЦ РАН
(117218, Россия, Москва, ул. Кржижановского, 24/35, корп. 5)

*E-mail: a762rab@mail.ru

Для цитирования:

Заболоцкая А.Т., Александрова О.А. Финансовое поведение студенческой молодёжи в контексте «кризиса четверти жизни» // Народонаселение. — 2026. — Т. 29. — № 2. — С. 128-140. DOI: 10.24412 / 1561-7785-2026-2-128-140; EDN: OYFKWQ

Аннотация. Вступая в третью декаду жизни, молодёжь сталкивается с существенными изменениями: отделение от родителей, окончание вуза, начало трудовой карьеры, смена социального окружения, приближение срока создания собственной семьи. Столкновение ожиданий и реальности может приводить к эмоциональному напряжению и стрессу. Усиливающим фактором выступают давящие ценности «общества потребления», в котором успех измеряется деньгами. Сегодня это усугубляется влиянием социальных сетей как площадок для демонстрации престижного потребления. Возникает противоречие между представлениями людей о необходимости соответствовать «взрослой жизни» в материальных аспектах и оценкой своих реальных возможностей. В статье представлены результаты исследования, включавшего опрос студентов и экспертные интервью, раскрывающие различные аспекты переживания молодёжью «кризиса четверти жизни» и того, как это сказывается на её финансовом поведении. Показано, что 3/4 опрошенных сами уже столкнулись с «кризисом четверти жизни» и у большинства его сейчас переживают знакомые. Почти четверть студентов часто и ещё половина иногда испытывают эмоциональный спад и желание «всё бросить», причиной чему — усталость, внешнее давление, страх жизни. В представлениях большей части респондентов сегодня успех и даже счастье тождественны высокому уровню потребительских возможностей, и это сказывается на их поведении на рынке труда (превалирование акцента на размере зарплаты) и в сфере финансов (склонность к импульсивному потреблению, низкая сберегательная активность, нейтрально-позитивное отношение к кредитам). Такое поведение, помимо давления ценностей «общества потребления», обуславливается низким уровнем доходов при существенном росте стоимости жизни и неопределённостью будущего.

Ключевые слова: молодёжь, студенты, «кризис четверти жизни», финансовое поведение, сберегательная активность, инвестиционная деятельность.

Постановка проблемы

Вступая в третью декаду своей жизни, молодёжь сталкивается с существенными изменениями: отделение от родителей, окончание вуза, начало трудовой карьеры, смена социального окружения, приближение срока создания собственной семьи — всё это заставляет переосмысливать себя в роли «взрослого». Столкновение сформированных в детстве и ранней юности ожиданий с действительностью может приводить к психоэмоциональному напряжению и даже стрессу — не случайно исследователи выделяют в качестве особого периода «кризис четверти жизни». Очевидно, что на представления, установки и модели поведения молодёжи, особенно с учётом ещё не устоявшихся её взглядов, большое влияние оказывает внешняя среда. Свойственные «обществу потребления» ценности сегодня оказывают мощнейшее воздействие на массовое сознание и благодаря современным масс-медиа, при этом именно молодёжь является основным потребителем их контента [1]. В результате возникает противоречие: с одной стороны — рубежный возраст («четверть жизни»), совпадающий с завершением образования и началом трудовой жизни, формирует представления о необходимости соответствовать «взрослой жизни» в её материальных аспектах, а с другой стороны — большинство молодых людей не в состоянии соответствовать характерным для современного российского общества завышенным стандартам потребления.

Это противоречие сказывается на финансовом поведении молодёжи, например, повышает активность в сфере потребления за счёт снижения сберегательной деятельности, усиливает склонность к привлечению кредитов и более рискованным действиям в сфере инвестиций. В настоящее время финансовое поведение молодёжи широко исследуется [2], однако его редко связывают с экзистенциальными факторами, имеющими отношение к «кризису четверти жизни», притом, что это может оказывать серьёзное влияние на текущее и будущее ма-

териальное благополучие молодых россиян. Цель настоящего исследования¹ состояла в определении влияния «кризиса четверти жизни» на установки и финансовое поведение студенческой молодёжи, для чего требовалось выявить её представления о жизненном успехе и способах его достижения, причинах, распространённости и проявлениях «кризиса четверти жизни», а также изучить её потребительское, сберегательное и инвестиционное поведение, отношение к привлечению кредитов.

Проблематика возрастных кризисов и сопряжённого с ними «кризиса идентичности» давно находится в центре внимания исследователей². Чаще всего говорится о «кризисе среднего возраста», но кризисы переживает и молодёжь. Так, Д. Левинсон кризис, переживаемый при переходе к «ранней взрослости», связывает с отделением от родителей [3]. Что касается «кризиса четверти жизни», то он возникает в период окончания вуза и начала профессиональной реализации и проходит через ряд фаз, начиная от ощущения безысходности, связанного с прежними отношениями и представлениями о карьере, через осознание возможности перемен, поиск своего пути, и заканчивая адаптацией и закреплением новых взглядов, ценностей и обязательств. Ключевые, порождающие кризис факторы, такие как стремление соответствовать ожиданиям либо примеру родителей, а также расхождение действительности и сформированных в детстве ожиданий от взрослой жизни, усугубляются давлением ценностей общества потребления и влиянием социальных сетей, провоцирующих сравнение личных достижений с успехами демонстрирующих свою жизнь ровесников и «звёзд». Восприятие под действием этих факторов собственной жизни приводит к сомнению в ранее принятых решениях (чаще всего — в выборе специальности

¹ Опрос проводился в Москве, но полученные данные можно экстраполировать на всех студентов, так как многие студенты Москвы приехали из регионов и реклама «общества потребления» с его критериями успеха не ограничена столицей.

² Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис — Москва: Флинта, 2006. — 341 с.

[4]), разочарованию в собственных достижениях). Поиск места в социуме сопровождается связанным с ощущением неопределённости подавленным эмоциональным состоянием. Внешним проявлением кризиса является снижение активности, замыкание в себе; внутренним — изменения в восприятии себя, разочарование в собственных способностях.

О распространённости явления говорят результаты многочисленных исследований. Так, в Великобритании исследования показали, что 70% тридцатилетних столкнулись с кризисом идентичности в двадцатилетнем возрасте, 86% испытывают давление относительно необходимости достижения до 30 лет успехов в карьере и личной жизни; 60% 18–24-летних испытывают давление, связанное с необходимостью достижения успеха. При этом молодёжь, с одной стороны, регулярно испытывает стресс, связанный с деньгами и работой, а с другой — беспокоится о влиянии испытываемого стресса на здоровье³. Что касается российской молодёжи, то исследование ВЦИОМ показало, что свыше 70% людей в возрасте от 18 до 35 лет верят в существование возрастного кризиса, пятая часть уже через него прошла, и порядка 14% находилась в состоянии кризиса во время опроса⁴.

Характерное для общества потребления материальное измерение «успеха» связывает проблематику «кризиса четверти жизни» с финансовым поведением. Возраст определяет степень зрелости личности, наличие жизненного опыта. Заметное влияние оказывает пол [5]. Родительская семья формирует установки в отношении распоряжения финансами, которым молодой человек будет следовать или, напротив, отвергать, в том числе, в зависимости от поведения референтных групп. На всё это воздействует сформировавшаяся в обществе экономиче-

ская культура [6]. В свою очередь, на особенности принятия решений влияют психологические особенности индивидов, имеющие отношение к толерантности к риску, экстраверсии, доброжелательности, добросовестности, нейротизму, открытости опыту. К внешним факторам относятся экономическая ситуация и политический контекст, в том числе, уровень институционального доверия, а также доступность получения финансовых знаний [7]. Ценностные установки [8] и финансовое поведение российской молодёжи изучаются с самых разных сторон [9; 10]. Исследования ВЦИОМ показывают, что, вне зависимости от пола, среди основных установок молодёжи преобладает зарабатывание денег, основные барьеры связаны с получением высшего образования, трудоустройством и в целом материальными проблемами⁵, а также, что наиболее рациональными в управлении финансами себя считают представители молодёжи⁶.

Результаты

В ходе исследования применялись массовый опрос (N=207)⁷ и серия полуструктурированных экспертных интервью (N = 9). Респондентами выступали студенты старших курсов бакалавриата и магистратуры факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета при Правительстве РФ. Анкета включала в себя 3 содержательных блока, посвящённых представлениям студентов о жизненном успехе и способах его достижения, «кризисе четверти жизни», его причинах и проявлениях, а также различным аспектам финансового поведения. Сценарий интервью с экспер-

³ Stress Statistics UK 2018 – UK survey on causes of stress // Forth. – URL: <https://www.forthwithlife.co.uk/blog/great-britain-and-stress/> (дата обращения: 18.02.2025).

⁴ Кризис среднего возраста: миф или реальность? // ВЦИОМ. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/krizis-srednego-vozrasta-mif-ili-realnost> (дата обращения: 18.02.2025).

⁵ Современная молодёжь России. // ВЦИОМ – URL: <https://wciom.ru/presentation/prezentacii/sovremennaja-molodjozh-rossii-spezifika-i-kljuchevye-zaprosy> (дата обращения: 02.11.2024).

⁶ Финансовая (без)грамотность в России: мониторинг. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/finansovaja-bezgramotnost-v-rossii-monitoring> (дата обращения: 02.11.2024).

⁷ Поскольку опрошено относительно небольшое количество респондентов, а также в опросе участвовали студенты только одного вуза и только гуманитарного профиля, данное исследование, скорее, является «пилотным».

тами⁸ состоял из 6 блоков, посвящённых социально-экономическим притязаниям молодёжи, её представлениям о механизмах восходящей мобильности, оценке актуальности проблемы «кризиса четверти жизни», моделях финансового поведения молодёжи и определяющих их факторах; эксперты также прокомментировали результаты массового опроса.

В силу особенностей факультета более 2/3 опрошенных составили девушки, большинство респондентов (64,3%) обучается на бюджетной основе, 15,5% изначально выбрали данное направление подготовки и ещё 39,6% рассматривали его как один из вариантов, в то же время 14,5% не хватило баллов, а 8,7% — финансов для получения другой специальности, ещё 21,7% было все равно, на каком направлении учиться. Наибольшие доли составили москвичи (41,5%) и приехавшие из городов с населением от 100 до 500 тыс. человек (30%). Треть опрошенных проживает с родителями, ещё треть живут одни, 3,9% с мужем/женой, пятая часть — с партнёром; в общении живут 8,2% и 1% в съёмной квартире с соседями. 70,5% респондентов считают семью, в которой они выросли, среднеобеспеченной, 21,3% — высоко обеспеченной и ещё 3,4% — богатой; малообеспеченной свою семью считают 4,8%. Полностью удовлетворены своим материальным положением 5,8% респондентов, основная же масса (59,9%) — скорее удовлетворена (треть — скорее не довольны, и 1% — совсем не удовлетворены). Девушки чаще, чем юноши относили себя к тем, кому «денег хватает на продукты и одежду, но покупка товаров длительного пользования — проблема», и заметно чаще юношей «скорее не удовлетворены» своим материальным положением. Основные источники дохода опрошенных — заработная плата (67,6%) и финансовая помощь родителей (27,5%); последнюю чаще называли девушки, в то время как юноши чаще указывали на «пассив-

ный заработок (инвестиции)». На момент опроса две трети работали полный день и ещё 12,1% — неполный, 14% имели подработку. Основные причины занятости (в порядке убывания): стремление к финансовой независимости от родителей (69,6%), желание приобретать престижные вещи (45,9%) или вести такой же образ жизни как окружающие (45,4%), приобретение опыта для дальнейшего успешного трудоустройства (40,2%); при этом юноши заметно чаще выбирали варианты «чтобы накопить на приобретение своего жилья» и «чтобы накопить на открытие бизнеса/стартапа». Ключевую роль при выборе работы играет размер ожидаемой зарплаты (68,6%), другие же аспекты, такие как соответствие призванию и интересам, получаемой специальности, перспективам карьерного роста при небольшой начальной зарплате заметно отстают (соответственно, 8,2%, 5,3% и 10,6%). Удовлетворённость текущим доходом в среднем составляет 5,7 баллов из 10 возможных: при этом выявилась заметная разница: юноши часто выбирали 7–8 баллов, в то время как среди девушек преобладали оценки в диапазоне 3–6 баллов.

По мнению опрошенных студентов, сегодня успешным в глазах окружающих человека делают, в первую очередь, его материальные возможности — стабильный и достаточно высокий доход (88,4% респондентов), наличие хорошей квартиры (61,4%); сбережений, позволяющих не беспокоиться о «завтрашнем дне» (53,1%); возможность регулярно отдыхать, путешествовать по миру (51,1%). Гораздо реже в качестве признаков жизненного успеха отмечались: наличие интересной, соответствующей призванию и способностям работы (33,8%); дружной семьи, детей (28,4%); хорошего образования (23,7%) и друзей (14%). Об этом же говорит и то, что 41,1% респондентов полностью и 49,3% скорее согласны с утверждением «сегодня понятия «успех» и «богатство» тождественны» (совершенно не согласны с этим лишь 0,5%). Более того, 6,8% полностью и ещё 61,4% скорее согласны с тем, что сегодня тождественны и понятия «счастье» и «богатство» (скорее

⁸ В качестве экспертов выступали специалисты с высшим социологическим или экономическим образованием, с общим стажем работы в среднем порядка 13 лет и опытом проведения исследований в области социологии/маркетинга, в том числе, по близкой проблематике.

либо полностью несогласны, соответственно, 28,5% и 3,4%). Достижению же успеха более всего содействуют наличие амбиций (82,6%), способность упорно трудиться (63,3%) и умение заводить полезные знакомства (57,5%). Девушки заметно чаще видят маркеры успеха в наличии «дружной семьи, детей», «хороших друзей» и «интересной работы», а юноши — в «хорошем автомобиле» и «престижных связях, знакомствах»; говоря о пути к успеху, юноши чаще указывали на «умение заводить полезные знакомства», «готовность рисковать» и материальное положение родительской семьи, а девушки — на «способность упорно трудиться» и «удачный брак».

Опрошенные эксперты согласны с тем, что сегодня молодые люди, действительно, «нацелены на обеспечение доступа ко всем имеющимся благам, так как в их картине мира владеть ими — равно быть счастливым и состояться в жизни». Подобное мировоззрение — «закономерный этап развития общества, который можно обозначить как «тренд на деньги»». С переходом к иной общественно-экономической формации «происходит формирование индивидуалистического самосознания, которое проще всего интерпретировать в рамках материальных объектов. Рыночная экономика также подкрепляет значимость денег в современном мире». Эти установки «подогреваются» экономической нестабильностью: «из опыта мировых кризисов проистекает преувеличенная ценность материальных «якорей безопасности»». Ценностные сдвиги усугубляются воздействием социальных сетей, «транслирующих демонстративное потребление и эстетику успешной жизни. В данном пространстве человек приобретает установки относительно личного позиционирования, сводящегося к наличию ряда благ, определяющих ценность человека». Действительно: «Влияние социальных сетей — огромное! Мы постоянно видим там картинки «красивой жизни» — дорогие вещи, машины, путешествия. И волей-неволей начинаешь думать, что именно это и есть успех и счастье».

Что касается «кризиса четверти жизни», то большинство опрошенных студентов (60,4%) считают его естественным процессом, сопровождающим взросление. В то же время, каждый пятый — связывает с «давлением современного общества, в котором все определяется потребительскими возможностями». Заметно меньше респондентов объясняют кризис неспособностью молодёжи адаптироваться к взрослой жизни (9,7%), непредсказуемостью современного мира (6,3%), модой на психологию (1,9%) и попыткой молодёжи обратить на себя внимание (1%). По мнению большинства (59,9%), все молодые люди сталкиваются с «кризисом четверти жизни» — просто в разной степени, однако каждый четвёртый респондент полагает, что наиболее подвержены ему те, кто ставит перед собой слишком амбициозные цели. Считающих, что здесь играет роль гендерный фактор, и кризису более подвержены молодые женщины или, напротив, мужчины, — немного (соответственно 6,8% и 5,3%), как и тех, кто видит причину в изначально заниженной самооценке (2,4%). А вот роль масс-медиа, напротив, видится студентам значительной: так, 70,5% полностью и 28,5% скорее согласны с утверждением, что социальные сети и массовая культура формируют у молодёжи слишком высокие требования к себе. Сравнение ответов девушек и юношей говорит о том, что и те, и другие в основном считают «кризис четверти жизни» естественным процессом взросления. Однако девушки заметно чаще связывают его с «давлением современного общества, где всё определяется потребительскими возможностями», и они же — значительно чаще «полностью согласны» с тем, что образы в соцсетях формируют завышенные требования. Юноши несколько чаще видят причину кризиса в неопределённости и непредсказуемости современного мира.

Эксперты сходятся во мнении, что проблема «кризиса четверти жизни» актуальна для российского общества. Но если одни полагают, что это просто «проживание нового этапа социализации, взросления и осознания себя в новой роли...», то другие акцен-

тируют внимание на влиянии специфического социально-экономического контекста. Причём как общего: *«Рыночная экономика, в которой выросли многие представители поколения, столкнувшегося с данным феноменом, тесно связана с понятием конкуренции, которую молодые люди переносят в жизнь, воспринимая её как соревнование, где необходимо достигать результатов к определённым срокам, например, реализоваться до 30 лет. Молодёжь стремится к быстрым результатам и тяжело проживает неудачи»*, так и текущего контекста, да ещё и помноженного на возрастные особенности: *«Социально-экономический, политический контекст, понижающие уровень стабильности, эмоциональное восприятие в контексте юношеского максимализма влекут за собой тяжёлое переживание неудач»*, *«Изменения в экономике, волатильность рынка труда и высокие ожидания, формируемые информационной средой, усиливают давление на молодёжь»*. И, опять же, на роли социальных сетей: *«Молодёжь смотрит на «идеальную» жизнь и думает, что у них всё не так»*.

Три четверти опрошенных сами уже столкнулись с «кризисом четверти жизни», и у 61,1% студентов его переживают знакомые. Проявляется кризис в отсутствии представлений о будущем (29,6%), желания чем-либо заниматься (29%), постоянном сравнении себя со сверстниками (13,2%), появлении либо усилении неуверенности в себе (8,5%), сомнениях в выборе специальности (8,3%), ощущении чрезмерной ответственности, тревожности и страхе перед будущим (по 0,5%). При этом нельзя сказать, что большинство опрошенных считают, что их ровесники достигли больших успехов: 8,7% полностью и 48,8% скорее не согласны с этим (полностью согласны лишь 5,8%). В то же время, говоря о себе, респонденты признают, что могли бы достичь большего (полностью с этим согласны 36,2% и скорее согласны 51,2%). По утверждению большинства студентов, успехи сверстников вызывают у них позитивные эмоции: 57% ими воодушевляются, а 11,8% — они восхищаются. Однако каждый четвёртый признал, что чужие успехи вызывают разочарование в себе

и стыд, а 5,8% — злость и раздражение, некоторые указали на зависть, апатию и равнодушие. При этом девушки чаще указывают на разочарование в себе, а юноши — на восхищение чужими успехами.

Согласно полученным данным, большинство опрошенных не испытывает морального давления со стороны окружающих по поводу достижения финансового успеха. Если же оно осуществляется, то, прежде всего, родителями: очень сильное давление ощущают 3,4%, не особенно сильное — 19,3%, ещё 21,7% его ощущают, но редко; похожая картина касается партнёра/супруга: очень сильное давление с его стороны отметили 3,4%, не особенно сильное — 15,9% (девушки чаще отмечают моральное давление со стороны родителей, друзей и знакомых). Тем не менее, почти четверть студентов часто и ещё 49,3% иногда испытывают эмоциональный спад и желание «всё бросить» (лишь 3,9% никогда не испытывают ничего подобного). И судя по ответам на открытый вопрос, основные причины подобных состояний — усталость, давление, неудачи, страх. Девушки намного чаще, чем юноши, испытывают эмоциональный спад и «желание всё бросить». А в качестве причин, помимо усталости и стресса, отмечают «неуверенность в себе», «страх не состояться», «постоянное сравнение со сверстниками», «завышенные ожидания от себя». Юноши чаще упоминают «лень», «отсутствие результатов», «неудачи», «усталость» и реже — сравнение с другими или давление социального окружения.

Тем не менее, большинство студентов настроены оптимистично: средняя оценка уверенности в том, что им удастся добиться всего, чего хотелось бы, составила 7,1 балла по десятибалльной шкале. Достичь поставленных целей респонденты планируют, прежде всего, за счёт упорного труда — 85,5%, поиска полезных связей — 58,9% и рационального обращения с финансовыми ресурсами — 41,4% (реже всего назывались удачный брак (9,7%), инвестирование (8,7%) и смена профессии (6,8%)). С учётом, как было показано выше, отождествления жизненного успеха и даже счастья с мате-

риальными возможностями, а также того, что обеспечить материальное благополучие респонденты надеются с помощью трудовых усилий и грамотного распоряжения заработанными средствами, остановимся несколько подробнее на том, каково их финансовое поведение сегодня.

Более чем на год планируют свою жизнь 46,8% опрошенных: чуть более четверти — на 1–3 года, 17,9% — на 3–5 лет и 1,4% — на 10 лет и более; ещё порядка 17% строят планы на год. При этом свой бюджет респонденты рассчитывают максимум на несколько месяцев вперёд (не планируют бюджет 13,5% опрошенных, и среди них чаще оказываются юноши). Планирование бюджета респонденты мотивируют, прежде всего, необходимостью контролировать расходы (70,9%), желанием создать «подушку безопасности» (52,4%), наличием определённых финансовых целей (46,6%). Основными статьями расходов для всех опрошенных являются: продукты питания (80,1%), развлечения (65%), одежда, обувь, аксессуары (60,2%), транспорт (40%).

Эксперты объясняют короткий горизонт планирования у молодёжи по-разному. Одни полагают, что долгосрочное планирование затруднено ожиданием *«значительных изменений в своём статусе (окончание учёбы, смена работы, создание семьи) в ближайшие годы»*, другие связывают его с *«экономической и социальной нестабильностью в стране и мире: молодёжь ощущает, что планы могут рухнуть в любой момент из-за внешних факторов»*. Получается, что *«молодёжь, с одной стороны, ещё сама не понимает, что ей надо и какими способами можно этого достичь, а, с другой, как политическая, так и экономическая обстановка не позволяют делать точных прогнозов на будущее»*. В результате возникает замкнутый круг: *«отсутствие уверенности в себе и мире сокращают горизонт планирования, что может привести к низкой сберегательной и кредитной активности...»*, при этом *«короткие горизонты планирования могут привести к недостаточной финансовой подготовленности и невозможности справляться с непредвиденными обстоятельствами, что*

в свою очередь может усугубить финансовые трудности в будущем».

Совершая покупки, порядка 40% респондентов руководствуются качеством товара, ещё 18% — его функциональностью и столько же — выгодой (скидки, акции). В то же время, чаще, чем каждый пятый, признался, что мотивом является радость от самой покупки; ещё для 2,4% студентов важны престижность вещи и её соответствие модным тенденциям. Импульсивные покупки весьма характерны для опрошенной аудитории: постоянно ими «грешат» 11,1% и ещё 54,6% — часто (никогда — лишь 2,9%). Их совершение 72,5% респондентов объясняют эмоциональным состоянием (существенно реже — подверженностью маркетинговым приёмам (15,5%) и неумением планировать финансы (3,9%)). Девушки заметно чаще делают импульсивные покупки и объясняют их *«эмоциональным состоянием (желание порадовать себя)»*; юноши совершают их реже и чаще под влиянием *«маркетинговых стратегий (скидки, акции)»*. Демонстративное потребление менее свойственно опрошенным: 24,2% утверждают, что никогда не покупают вещи только для того, чтобы быть не хуже других, соответствовать окружению, а 56,5% делают это, но редко.

Эксперты связывают склонность молодёжи к импульсивному потреблению с коротким горизонтом планирования (*«молодёжь часто придерживается принципа «живу сегодня»»*), а также со стрессом и с рекламой в социальных сетях, под влиянием которых молодёжь *«становится подверженной к трате некрупной суммы на ненужный товар, но который принесёт временную радость от покупки»*, и говорят о свойственном обществу потребления *«когнитивном диссонансе» (люди хотят казаться рациональными потребителями, но, скорее, относятся к эмоциональным)*, ведущем *«к снижению культуры накопления, развитию одноразового потребления»*.

Что касается сберегательного поведения, то половина опрошенных старается сначала отложить часть денег и порядка 40% сберегают то, что останется после текущих расходов (у 7,7% ничего не остаётся). В от-

существование текущих поступлений сбережений абсолютного большинства студентов хватит на несколько месяцев (на 3–6 (43%) и на 1–2 (23,7%); более, чем на год накоплений хватит у 2,9% опрошенных). Юноши чаще указывают на наличие сбережений более чем на 6 месяцев и на наличие крупных сумм; у девушек чаще либо нет сбережений, либо есть, но лишь на 1–2 месяца. Эксперты подтверждают, что *«значительная часть студентов функционирует в рамках модели, где потребление практически равно текущим доходам (стипендии, помощь родителей, нерегулярные заработки). Поэтому отсутствует значимое сбережение и инвестирование, финансовое планирование краткосрочное»*. Заметим, что ситуация, когда текущие поступления почти полностью уходят на покрытие повседневных расходов [11; 12], не оставляя возможностей для формирования сколько-нибудь серьёзных накоплений и инвестиций, характерна для большинства российских домохозяйств [13]. Своё влияние оказывают инфляция и экономическая нестабильность: *«Цены растут, а стипендии и зарплаты на стартовых позициях — не всегда. Постоянно какая-то неопределённость. Из-за этого сложно что-то планировать надолго. Хочется либо потратить деньги сейчас — пока они не обесценились, либо, наоборот, судорожно откладывать «на всякий случай»»*.

Свободные средства 60% респондентов оставляют на текущем счёте либо хранят в наличных рублях. Треть опрошенных пытаются приумножить средства, размещая их на банковский депозит. Получение процентов по вкладам называется чаще других и когда речь заходит о инвестировании (этот инструмент назвали 20,1% студентов, имеющих опыт инвестирования), следующими по частоте упоминаний идут спекуляции на курсе криптовалюты (15,4%). Кроме того, отмечались такие способы приумножения средств (в порядке убывания): накопительный счёт (9%), спекуляции с ценными бумагами (8%), вложение в ценные бумаги с целью получения дивидендов (6,7%), спекуляции на курсе иностранной валюты (5,7%), покупка ОФЗ (1%) и вложе-

ния в металлические счета (0,7%). В целом среди студентов преобладает положительное отношение к инвестированию: 36,2% респондентов уже имеют позитивный опыт и намерены продолжать, а 38,2% — ещё не инвестировали и хотят попробовать; кроме того, планируют продолжить инвестировать и 11,1%, имеющих негативный опыт (не пробовали и не намерены попробовать 13,5% опрошенных, и ещё 0,5% потерпели неудачу и больше рисковать не хотят). Юноши и в целом заметно чаще инвестируют (удачно либо, если не удачно, тем не менее с намерением продолжать), и чаще имеют опыт валютных спекуляций, обращения с криптовалютой и акциями; девушки чаще выбирают вариант «нет, но хочу попробовать» либо «нет, и не планирую», те же, кто инвестирует, чаще всего указывают на банковский депозит.

Эксперты полагают, что *«инвестиции представляются молодёжи быстрым способом обогащения — «золотой антилопой»*. Кроме того, *«привлекательность инвестирования можно объяснить созданным социальными сетями портретом инвестора, который представляется успешным и хорошо обеспеченным без рутинной работы, что создаёт впечатление быстрого успеха без усилий»*. Что касается инструментов для приумножения средств, то *«молодёжь делится на искателей безопасности и на азартных, нацеленных на стремительное обогащение»*. Соответственно, *«вклад не требует значительных усилий со стороны инвестора, поэтому многие молодые люди просто с наименьшим риском доверяют свои деньги банку»*, кроме того, именно такие модели *«вероятно, распространены среди родителей студентов»* (действительно, для россиян среднего и старших возрастов основной формой организованных накоплений являются банковские вклады [14]). Криптовалюта *«оказалась более рискованной, но в разы более прибыльным инструментом, однако требует большей включённости и навыков»*.

Очевидно, что при скромных доходах и, соответственно, накоплениях, крупные покупки ещё долго будут недоступны респондентам. И, действительно, ровно по-

ловина опрошенных считают, что очень нескоро смогут приобрести квартиру (на срок 5–10 лет указала четверть респондентов, на 3–5 лет — 6,3%, на 1–3 года — 3,9%). Приобретение автомобиля видится более реальным: лишь 16,4% уверены, что смогут приобрести его очень нескоро. Эксперты полагают, что применительно к этим вопросам *«молодёжь имеет достаточно объективное видение и трезво оценивает свои возможности»*. Но одновременно подчёркивают, что *«представления о невозможности совершения будущих крупных трат лежат в основе расточительности в настоящем»*, и предупреждают: *«понимание этого может привести к тому, что она откажется от накопления средств на будущие траты и будет активно потреблять доступные на данный момент блага»*; *«представления о невозможности крупных покупок мотивирует на траты в настоящем, кроме того, возрастает вероятность рискованного финансового поведения»*.

Отсутствие у респондентов достаточных собственных средств ставит вопрос об их отношении к заимствованиям. С явной опаской к кредитам относится порядка трети (19,3% предпочитают их избегать, а 16,4% — использовать только в крайнем случае). Остальные — нейтрально (48,3%) либо позитивно, видя в кредите удобный способ расширения потребительских возможностей (13%); считают возможным активное заимствование 2,9%. При этом большинство не имеет опыта привлечения займа в кредитном учреждении, а одалживает при необходимости у родственников и знакомых. Девушки чаще относятся к кредитам настороженно или отрицательно, а юноши — нейтрально или положительно (*«считаю удобным инструментом»*). Эксперты указывают, что *молодёжь «чаще прибегает к кредитным картам и системам, позволяющим делить сумму покупки на платежи, а также выходить на рынок инвестиций, чтобы расширить потребительские возможности»*.

Свои представления об управлении личными финансами опрошенные студенты, прежде всего, черпают из опыта родителей (72,1%), обучения финансовой грамотности

в школе и вузе (56,4%), а также из общения с друзьями и знакомыми (46,1%). Лишь 6% опрошенных указали на онлайн-курсы и блоги финансовых консультантов. Студенты довольно адекватно оценивают уровень своих знаний в данной сфере: лишь 6,8% убеждены, что умеют грамотно распоряжаться своими деньгами; остальные разделились: две трети скорее считают себя финансово грамотными, а более четверти в этом скорее сомневаются. Среднее значение оценки уровня финансовой грамотности студентов экспертами составило 6 баллов по десятибалльной шкале. Специалисты подчёркивают противоречивость установок: отмечается стремление *«к рационализации финансового поведения, обусловленное финансовой социализацией, связанной с общей тенденцией повышения уровня финансовой грамотности россиян и трендом на цифровизацию, позволяющую представлять общую картину трат»*, но одновременно — её склонность *«совершать мелкие регулярные необязательные траты»*; с одной стороны, *«желание сиюминутного обогащения делает привлекательными формы альтернативного заработка, например, криптовалюты, традиционная занятость уже не устраивает молодёжь, они хотят заработать как можно больше и как можно быстрее»*, с другой — *«даёт свои плоды внедрённая в учебные дисциплины финансовая грамотность, хотя и не все могут соотнести полученные знания с практикой»*.

По мнению экспертов *«экзистенциальные переживания»* оказывают сильное влияние на молодёжь, *«определяя её поведение в различных сферах деятельности, в том числе и как экономического субъекта»*. Судя по балльной оценке влияния, оказываемого *«кризисом четверти жизни»* на разные виды финансового поведения, он побуждает молодёжь больше тратить, развивать инвестиционную деятельность, снижать сберегательную активность и нейтрально-позитивно относиться к заимствованиям. Как сформулировал один из экспертов, *«только вышедшие из-под родительского крыла участники экономики стремятся попробовать все возможные стратегии управления бюд-*

жетом, чтобы выявить оптимальный лично для себя».

* * *

Как показал проведённый опрос студентов и подтвердили эксперты, переживание молодёжью «кризиса четверти жизни» является распространённым явлением, имеющим психоэмоциональные и экономические последствия, и последние сказываются как на жизни отдельных людей, так и на экономике в целом. Причины кризиса связаны не только с естественным процессом взросления, но и с характерным для современного российского общества культом успеха, измеряемого в материальных благах. Подобные установки подпитывают и многократно усиливают социальные сети, ставшие площадками для бесконечных «ярмарок тщеславия».

Представления о том, что сегодня определяет успешность и делает человека счастливым, и стремление отвечать этим критериям, оказывает влияние на поведение мо-

лодёжи на рынке труда и в сфере финансов. Так, для более, чем двух третей опрошенных студентов, ключевым фактором при трудоустройстве, далеко опережающим по своему значению призвание, содержание труда и другое, выступает размер зарплаты, а почти половина в качестве основного мотива занятости называет желание приобрести престижные вещи. При этом специалисты признают, что на финансовое поведение, его различные виды, помимо давления присущих «обществу потребления» ценностей и задаваемых социальными сетями потребительских стандартов, существенное влияние оказывают низкий уровень доходов (стипендий, зарплат) при высоком уровне стоимости жизни, а в последние годы — ещё и ускорившаяся инфляция, а также резко сокращающая горизонты планирования неопределённость в отношении будущего. С учётом того, что речь идёт о молодёжи, важно заметить, что всё это сказывается на её брачных и репродуктивных установках [15], а в конечном итоге — на демографических перспективах страны [16].

Литература и Интернет-источники

1. **Наберушкина, Э.К.** Интернет-зависимость молодёжи в условиях цифрового общества / Э.К. Наберушкина, А.А. Батеева, М.М. Сударев // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. — 2025. — Т. 33. — № S1. — С. 877–883. DOI: 10.32687/0869-866X-2025-33-s1-877-883; EDN: LQUFSE
2. **Тюриков, А.Г.** Финансовое поведение россиян: практики, модели, эффективные инструменты / А.Г. Тюриков, Е.Л. Круглова, Д.А. Кунижева // Финансы: теория и практика. — 2025. — Т. 29. — № 6. — С. 107–120. DOI: 10.26794/2587-5671-2025-29-6-107-120; EDN: RQEGDG
3. **Levinson, D.J.** A Conception of Adult Development / D.J. Levinson // American Psychologist. — 1986. — Vol. 41. — No.1. — P. 3–13. DOI: 10.1037/0003-066X.41.1.3
4. **Мельникова, Н.Е.** Кризис четверти жизни в студенческой среде сквозь призму удовлетворённости выбором профессии: социологический анализ / Н.Е. Мельникова, И.М. Смирнова // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. — 2022. — № 11–1. — С. 75–79. EDN: LYLHPA
5. **Fonseca, R.** What Explains the Gender Gap in Financial Literacy? The Role of Household Decision / R. Fonseca, K.J. Mullen, G. Zamarro, J. Zissimopoulos // The Journal of Consumer Affairs. — 2019. — No. 46. — P. 90–106. DOI: 10.1111/j.1745-6606.2011.01221
6. **Breuer, W.** National Culture and Household Finance / W. Breuer, A. J. Salzmänn // Global Economy and Finance Journal. — 2012. — Vol. 5. — No. 1. — P. 37–52. DOI: 10.2139/ssrn.1448698
7. **Макар, С.В.** Финансовая инфраструктура: точки доступа для населения / С.В. Макар, А.В. Ярашева, Н.В. Аликперова // Экономика. Налоги. Право. — 2021. — Т. 14. — № 3. — С. 56–66. EDN: MXNLUM

8. **Радаев, В.В.** Миллениалы на фоне предшествующих поколений: эмпирический анализ / В.В. Радаев // Социологические исследования. — 2018. — № 3. — С. 15–33. DOI: 10.7868/S0132162518030029; EDN: YVQXQU
9. **Ярашева, А.В.** Особенности кредитного поведения молодёжи России: тенденции и риски / А.В. Ярашева, Н.В. Аликперова, Д.И. Марков // Народонаселение. — 2023. — Т. 26. — № 3. — С. 170–182. DOI: 10.19181/population.2023.26.3.14; EDN: PEPDXL
10. **Марков, Д.И.** Особенности сберегательной культуры российской городской молодёжи: отношение к сбережениям и пенсии / Д.И. Марков // Социальное пространство. — 2024. — Т. 10. — № 1. EDN: AUKKAS
11. **Ярашева, А.В.** Структура потребительских расходов как показатель благополучия населения / А.В. Ярашева, С.В. Макар // Народонаселение. — 2025. — Т. 28. — № 2. — С. 210–220. DOI: 10.24412/1561-7785-2025-2-210-220; EDN: GSQSQR
12. **Ткаченко, А.А.** Обеспечение достойного уровня жизни населения: возможности и реальность / А.А. Ткаченко // Экономика. Налоги. Право. — 2025. — Т. 18. — № 3. С. 6–18. DOI: 10.26794/1999-849X-2025-18-3-6-18; EDN: WBNEFJ
13. **Щурина, С.В.** Особенности поведения населения на рынке сбережений / С.В. Щурина // Экономика. Налоги. Право. — 2025. — Т. 18. — № 3. — С. 52–66. DOI: 10.26794/1999-849X-2025-18-3-52-66; EDN: PDSMIB
14. **Александрова, О.А.** Готовность жителей Москвы к финансовым отношениям в формате экономики совместного участия / О.А. Александрова, Е.И. Борковская // Народонаселение. — 2025. — Т. 28. — № 2. — С. 221–232. DOI: 10.24412/1561-7785-2025-2-221-232; EDN: CIEVW
15. **Ярашева, А.В.** Факторы влияния на репродуктивные установки россиян: социологический срез / А.В. Ярашева, С.М. Кулешов, Н.А. Козырев // Народонаселение. — 2025. — Т. 28. — № 4. — С. 69–79. DOI: 10.24412/1561-7785-2025-4-68-79; EDN: CPZQWG
16. **Ткаченко, А.А.** Концептуальные подходы к демографическому воспроизводству и демографическая политика / А.А. Ткаченко // Народонаселение. — 2025. — Т. 28. — № 4. — С. 15–28. DOI: 10.24412/1561-7785-2025-4-15-28; EDN: KNXXSG

Сведения об авторах:

Заболоцкая Анастасия Тимофеевна, магистрант, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия.

Контактная информация: e-mail: zabolockaya.nastya@gmail.com.

Александрова Ольга Аркадьевна, д.э.н., главный научный сотрудник, зам. директора по научной работе, ИСЭПН ФНИСЦ РАН; проф. кафедры социологии Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия.

Контактная информация: e-mail: a762rab@mail.ru; ORCID: 0000-0002-9243-9242; РИНЦ SPIN-код: 4419–6003.

DOI: 10.24412/1561-7785-2026-2-128-140

FINANCIAL BEHAVIOR OF STUDENTS IN THE CONTEXT OF THE «QUARTER-LIFE CRISIS»

Anastasia T. Zabolotskaya¹, Olga A. Aleksandrova^{1,2*}

¹*Financial University under the Government of the Russian Federation
(49 Leningradsky prospect, Moscow, Russia, 125993)*

²*ISESP FCTAS RAS*

(24/35, build. 5 Krzhizhanovskogo str., Moscow, Russia, 117218)

*E-mail: a762rab@mail.ru

For citation:

Zabolotskaya A. T., Aleksandrova O. A. Financial behavior of students in the context of the «quarter-life crisis». *Narodonaselenie [Population]*. 2026. Vol. 29. No. 2. P. 128-140. DOI: 10.24412/1561-7785-2026-2-128-140 (in Russ.)

Abstract. *Entering their third decade of life, young people face significant changes: separating from their parents, graduating from university, starting a career, changing their social circle, and approaching the time to start their own family. The clash of expectations and reality can lead to emotional tension and even stress. A further exacerbating factor is the pressure placed on young people by the values of a «consumer society,» in which success is measured by material opportunities. Today, this is exacerbated by the influence of social media, which has become a platform for displaying prestigious consumption. A contradiction arises between young people's perceptions of the necessity to match «adult life» in its material aspects and their assessment of their actual capabilities. This article presents the results of a sociological study, including a student survey and expert interviews, revealing various aspects of students' experience of the «quarter-life crisis» and its effect on their financial behavior. It shows that three-quarters of respondents have already experienced a «quarter-life crisis» themselves, and most of them have acquaintances currently experiencing it. Almost a quarter of students frequently, and another half occasionally, experience emotional decline and the desire to «quit» due to fatigue, external pressure, fear of life, and other factors. Most respondents today equate success and even happiness with a high level of consumer opportunities, and this impacts their behavior in the labor market (predominating emphasis on salary) and finances (a tendency toward impulsive consumption, low savings activity, and a neutral-to-positive attitude to loans). According to experts, this financial behavior, in addition to the pressures of consumer society values and the impact of social media, is driven by low incomes, significantly rising cost of living, and uncertain future.*

Keywords: youth, students, «quarter-life crisis», financial behavior, savings activity, investment activity.

References and Internet sources

1. Naberushkina E. K., Bateeva A. A., Sudarev M. M. Internet-zavisimost' molodyozhi v usloviyakh tsifrovogo obshchestva [Internet addiction of youth in the context of digital society]. *Problemy sotsial'noy gigieny, zdavookhraneniya i istorii meditsiny [Problems of Social Hygiene, Public Health and History of Medicine]*. 2025. Vol. 33. No. S1. P. 877–883. DOI: 10.32687/0869-866X-2025-33-s1-877-883 (in Russ.)
2. Tyurikov A. G., Kruglova E. L., Kunizheva D. A. Finansovoye povedeniye rossiyan: praktiki, modeli, effektivnyye instrumenty [Financial behavior of Russians: practices, models, and effective tools]. *Finansy: teoriya i praktika [Finance: Theory and Practice]*. 2025. Vol. 29. No. 6. P. 107–120. DOI: 10.26794/2587-5671-2025-29-6-107-120 (in Russ.)
3. Levinson D. J. A conception of adult development. *American Psychologist*. 1986. Vol. 41. No. 1. P. 3–13. DOI: 10.1037/0003-066X.41.1.3
4. Melnikova N. E., Smirnova I. M. Krizis chetverti zhizni v studencheskoj srede skvoz' prizmu udovletvorennosti vyborom professii: sotsiologicheskij analiz [The quarter-life crisis in the student community through the prism of satisfaction with career choice: sociological analysis]. *Gumanitarnyye, sotsial'no-ekonomicheskiye i obshchestvennyye nauki [The Humanities and Social-Economic Sciences]*. 2022. No. 11–1. P. 75–79. (in Russ.)
5. Fonseca R., Mullen K. J., Zamarro G., Zissimopoulos J. What explains the gender gap in financial literacy? The role of household decision. *[The Journal of Consumer Affairs]*. 2019. No. 46. P. 90–106. DOI: 10.1111/j.1745-6606.2011.01221.
6. Breuer W., Salzmann A. J. National culture and household finance. *Global Economy and Finance Journal*. 2012. Vol. 5. No. 1. P. 37–52. DOI: 10.2139/ssrn.1448698

7. Makar S.V., Yarasheva A.V., Alikperova N.V. Finansovaya infrastruktura: tochki dostupa dlya naseleniya [Financial infrastructure: public access points]. *Ekonomika. Nalogi. Pravo* [Economics, Taxes and Law]. 2021. Vol. 14. No. 3. P. 56–66. DOI: 10.26794/1999-849X-2021-14-3-56-66 (in Russ.)
8. Radaev V.V. Millenialy na fone predshestvuyushchikh pokolenij: empiricheskij analiz [Millennials compared to previous generations: an empirical analysis]. *Sotsiologicheskiye issledovaniya* [Sociological Studies]. 2018. No. 3. P. 15–33. DOI: 10.7868/S0132162518030029 (in Russ.)
9. Yarasheva A.V., Alikperova N.V., Markov D.I. Osobennosti kreditnogo povedeniya molodyozhi Rossii: tendentsii i riski [Features of credit behavior of Russian youth: trends and risks]. *Narodonaselenie* [Population]. 2023. Vol. 26. No. 3. P. 170–182. DOI: 10.19181/population.2023.26.3.14 (in Russ.)
10. Markov D.I. Osobennosti sberegatel'noj kul'tury rossijskoj gorodskoj molodezhi: otnosheniye k sberezheniyam i pensii [Features of the savings culture of Russian urban youth: attitudes towards savings and pensions]. *Sotsial'noye prostranstvo* [Social Area]. 2024. Vol. 10. No. 1. (in Russ.)
11. Yarasheva A.V., Makar S.V. Struktura potrebitel'skikh rashodov kak pokazatel' blagopoluchiya naseleniya [The structure of consumer spending as an indicator of the well-being of the population]. *Narodonaselenie* [Population]. 2025. Vol. 28. No. 2. P. 210–220. DOI: 10.24412/1561-7785-2025-2-210-220 (in Russ.)
12. Tkachenko A.A. Obespechenie dostojnogo urovnya zhizni naseleniya: vozmozhnosti i real'nost' [Ensuring a decent standard of living for the population: possibilities and reality]. *Ekonomika. Nalogi. Pravo*. [Economy. Taxes. Law.] 2025. Vol. 18. No. 3. P. 6–18. DOI: 10.26794/1999-849X-2025-18-3-6-18 (in Russ.)
13. Shchurina S.V. Osobennosti povedeniya naseleniya na rynke sberezhenij [Peculiarities of population behavior in the savings market]. *Ekonomika. Nalogi. Pravo*. [Economy. Taxes. Law.] 2025. Vol. 18. No. 3. P. 52–66. DOI: 10.26794/1999-849x-2025-18-3-52-66 (in Russ.)
14. Aleksandrova O.A., Borkovskaya E.I. Gotovnost' zhitelej Moskvy k finansovym otnosheniyam v formate ekonomiki sovместnogo uchastiya [Readiness of Moscow residents for financial relations in the format of sharing economy]. *Narodonaselenie* [Population]. 2025. Vol. 28. No. 2. P. 221–232. DOI: 10.24412/1561-7785-2025-2-221-232 (in Russ.)
15. Yarasheva A.V., Kuleshov S.M., Kozyrev N.A. Faktory vliyaniya na reproduktivnyye ustanovki rossiyan: sotsiologicheskij srez [Factors influencing the reproductive attitudes of Russians: a sociological analysis]. *Narodonaselenie* [Population]. 2025. Vol. 28. No. 4. P. 69–79. DOI: 10.24412/1561-7785-2025-4-68-79 (in Russ.)
16. Tkachenko A.A. Kontseptual'nyye podkhody k demograficheskomu vosproizvodstvu i demograficheskaya politika [Conceptual approaches to demographic reproduction and demographic policy]. *Narodonaselenie* [Population]. 2025. Vol. 28. No. 4. P. 15–28. DOI: 10.24412/1561-7785-2025-4-15-28 (in Russ.)

Information about the authors:

Zabolotskaya Anastasia Timofeevna, Master's Student, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia.

Contact Information: e-mail: zabolockaya.nastya@gmail.com.

Aleksandrova Olga Arkadyevna, Doctor of Economics, Chief Researcher, Deputy Director for Research, ISESP FCTAS RAS; Professor, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia.

Contact Information: e-mail: a762rab@mail.ru, ORCID: 0000-0002-9243-9242; Elibrary SPIN-code: 4419-6003.

Статья поступила в редакцию 09.02.2026, утверждена 15.05.2026, опубликована 30.06.2026.