

**Балова Марина Николаевна**

студентка

*Научный руководитель*

**Королева Нонна Шараповна**

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»

г. Москва

**СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ ПРОТИВ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА:  
КАК МЕМ-КУЛЬТУРА И НОВОСТНЫЕ ЛЕНТЫ УПРАВЛЯЮТ  
ИНФЛЯЦИОННЫМИ ОЖИДАНИЯМИ**

*Аннотация:* в статье предпринята попытка ответить на вопрос, кто сегодня формирует инфляцию – Центральный банк с его ставками или алгоритмы соцсетей? Автор исследует ключевую дилемму современной экономической политики: как вирусный контент и цифровой фольклор напрямую влияют на инфляционные ожидания общества. Анализ показал, почему эмоциональные образы из ленты часто перевешивают авторитет официальной статистики, подталкивая к решениям о тратах и требованиях повысить зарплату. В фокусе – поиск стратегий для ЦБ: как в этих условиях восстановить диалог с обществом и удержать управление экономическими настроениями. Это попытка найти источник инфляции в новой цифровой реальности.

*Ключевые слова:* инфляция, Центральный банк, социальные сети, инфляционные ожидания, экономика, TikTok, мемы, цифровая эпоха, мем-культура.

*Введение.* В цифровую эпоху социальные сети превратились в мощный инструмент, мгновенно формирующий экономические настроения общества. Если раньше контроль над инфляционными ожиданиями был монополией центральных банков, то сегодня эта роль оспаривается. Инфляционные ожидания – критически важный канал, через который монетарная политика воздействует на

реальный сектор экономики. Почему же столь значимый экономический параметр теперь зависит от того, что говорят и показывают пользователи в интернете? Этот вопрос требует самого пристального внимания.

*Что такое инфляционные ожидания и почему они так важны?*

Инфляционные ожидания – это представления экономических агентов о будущем уровне инфляции. Они играют ключевую роль в формировании реальной инфляции через такие механизмы, как:

- 1) определение уровня цен и заработных плат;
- 2) решения о потреблении и сбережениях;
- 3) инвестиционные планы компаний.

Если люди ожидают изменение уровня инфляции, например повышение, они начинают требовать повышение зарплат, и бизнес заблаговременно поднимает цены и данные факторы уже заблаговременно создают дополнительное инфляционное давление.

Центральные банки стремятся «зафиксировать» ожидания около своего показателя, в России это 4%. Подобные устойчивые показатели облегчают контроль над инфляцией, а также это позволяет людям не испытывать такое сильное инфляционное давление, поскольку есть фиксированный и вполне ожидаемый показатель. Главная задача современного Центрального банка – донести свою политику безопасности, а не просто изменить ставку.

Центральные банки управляют ожиданиями через:

- 1) прямую коммуникацию (пресс-релизы, выступления);
- 2) режим таргетирования инфляции (четкие числовые ориентиры);
- 3) инструменты монетарной политики (изменение процентных ставок).

*Роль соцсетей и мемов: TikTok как альтернативное «инфополе».*

Соцсети создают собственное пространство для обсуждения различных тем, в том числе и экономических. Влияние социальных сетей проявляется через следующие факторы и явления:

2 <https://interactive-plus.ru>

Вирусный контент: короткие видео о росте цен могут создавать панические настроения.

Мемы и упрощения. Сложные процессы (например, девальвация) сводятся к гиперболизированным образам, которые легко запомнить и передать дальше.

Социальное доказательство: пользователи массово транслируют личный опыт (например, подорожание продуктов), что усиливает коллективные ожидания.

TikTok особенно трансформирует процесс восприятия экономики:

1) демократизация и эмоционализация. Сложные экономические концепции («количественное смягчение», «ключевая ставка») сводятся до коротких, эмоционально заряженных клипов («все дорожает», «рубль ничего не стоит», «накопления тают»);

2) мемы как инструмент. Мемы («гиперинфляция-котик», «девальвация-танец») упрощают, гиперболизируют и вирально распространяют определенный нарратив. Они создают *общее настроение*, а не точное знание;

3) алгоритмические «пузыри». Пользователи, взаимодействующие с контентом о дороговизне, попадают в ленту, где reinforcing это восприятие, даже если официальные данные улучшаются;

4) кризис экспертизы: Авторитет экономиста или официального представителя ЦБ нивелируется. Больший вес получает «блогер, который понятно объясняет» или «соседка в видео, показывающая чек из магазина». *Восприятие становится важнее статистики.*

История уже знает примеры такого влияния: в 2022–2023 гг. волна видео с хештегами #инфляция и #цены могла ускорять адаптацию пессимистичных ожиданий вопреки официальным отчетам ЦБ о замедлении роста цен.

*Практические последствия и риски. Возможные стратегии ответа для регуляторов и Центрального банка.*

1. Ослабление трансмиссионного механизма. Если люди не верят ЦБ, изменение ключевой ставки будет иметь слабый эффект на поведение заемщиков и вкладчиков.

2. Волатильность на рынках. Вирусные слухи или мемы, связанные с курсом валют, могут спровоцировать краткосрочные всплески спроса на иностранную валюту или товары.

3. Усложнение задачи ЦБ. Банкам приходится бороться не только с макроэкономикой, но и с децентрализованным эмоциональным полем.

4. Формирование «двух реальностей». Одна – в данных, другая – в массовом восприятии, что подрывает социальное согласие и доверие к институтам.

#### *Стратегии адаптации для Центробанков.*

Игнорировать этот вызов – значит уступить поле битвы за ожидания. ЦБ необходимо адаптировать коммуникацию, используя следующие подходы:

1) *присутствие на новых платформах*: создание лаконичного визуального контента для TikTok и YouTube Shorts;

2) *сотрудничество с инфлюенсерами*: работа с авторитетными блогерами для адаптированной передачи ключевых месседжей;

3) *повышение финансовой грамотности*: образовательные проекты о том, как интерпретировать экономические данные;

4) *мониторинг цифровых трендов*: анализ тональности соцсетей как определяющий индикатор для своевременной реакции;

5) *упрощение языка*: отказ от излишнего технократизма в пользу ясных, честных и эмпатичных сообщений.

Данные тактики и способы будут работать поскольку в социальных сетях преимущественно находится молодое и современное поколение, для них важна простота информации для лучшего восприятия и понимания.

#### **Заключение**

Социальные сети и порождаемая ими мем-культура утвердились в качестве мощного и слаборегулируемого фактора формирования экономических

4 <https://interactive-plus.ru>

---

ожиданий. Эпицентр битвы за общественное восприятие сместился с экспертных колонок в ленты социальных медиа, где вирусный контент обладает силой непосредственного влияния на экономическую динамику. Это ставит перед центральными банками экзистенциальную дилемму: как отстаивать доверие в мире, где эмоционально поданный личный опыт, усиленный алгоритмами, зачастую имеет больший вес, чем авторитетные отчеты.

Будущая эффективность денежно-кредитной политики будет определяться не только экономической грамотностью, но и коммуникационной гибкостью, способностью вести содержательный диалог на языке цифровой эпохи. Активное освоение новых площадок, мониторинг цифровых трендов и выстраивание доверительных горизонтальных связей перестают быть опцией и становятся обязательным условием выживания института. Сегодня TikTok – это не только развлечение, но и новая арена, где конструируется экономическая реальность, и центральным банкам предстоит научиться на ней играть.

### ***Список литературы***

1. Шиллер Р. Нarrативная экономика. Новая наука о влиянии вирусных историй на экономические события / Р. Шиллер.
2. Койбион О. Коммуникации в сфере денежно-кредитной политики и их влияние на инфляционные ожидания домохозяйств / О. Койбион, Ю. Городниченко, М. Вебер.
3. Акерлоф Дж. *Spiritus Animalis*, или Как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для мирового капитализма / Дж. Акерлоф, Р.Дж. Шиллер.
4. Трансмиссионный механизм денежно-кредитной политики // Банк России: сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://cbr.ru/Collection/Collection/File/52811/DKU\\_2410-28.pdf](https://cbr.ru/Collection/Collection/File/52811/DKU_2410-28.pdf) (дата обращения: 07.01.2026).

5. Как поведенческая экономика объясняет иррациональность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://postnauka.ru/longreads/> (дата обращения: 07.01.2026).