

ПМЭФ-2026 · АНАЛИТИКА

Демография, семья и социальная сфера

Корпоративная демография, большая семья, финансовая культура и экономика участия

От семейноцентричности к национальной стратегии: обзор по материалам ПМЭФ-2026

Подготовлено АНО «Цифровые платформы»

ПМЭФ-2026 · Санкт-Петербург · 18–21 июня 2026

diplatforms.ru · platforms.su

Оглавление

1. Краткое резюме
2. Контуры темы
3. «Золотой стандарт» корпоративной демографии
4. Большая семья и медиа-нарративы
5. Финансовая культура и устойчивость
6. Цифровые дети: ответственность платформ
7. Академическое искусство как инвестиция
8. Игроки темы: ключевые организации и спикеры
9. Якорные цитаты
10. Сводная таблица метрик
11. Источники

По материалам деловой программы ПМЭФ-2026. Все цифры и формулировки приведены строго по выступлениям спикеров. Подготовлено АНО «Цифровые платформы».

Демография, семья и социальная сфера

Демографическая повестка стала стратегической осью ПМЭФ-2026: участники форума зафиксировали переход от декларативных призывов к семейноцентричности к конкретным корпоративным практикам, законодательным инструментам и медийным нарративам. Россия выстраивает экосистему поддержки большой семьи – от «Золотого стандарта» для бизнеса до инклюзивных социальных проектов и экономики участия.

1. Краткое резюме

- 1 Демография – прямой ограничитель экономического роста России.** При исторически низкой безработице на одного соискателя приходится шесть рабочих мест (девять в ЦФО), что разгоняет инфляцию и снижает конкурентоспособность предприятий. Демографическая политика – не просто социальный фактор, а прямое влияние на экономику. (Никита Макаров, сессия «Золотой стандарт»)
- 2 Президент обозначил демографию как стратегическую повестку страны.** Семейноцентричность должна пронизывать все сферы общества не на словах, а на деле. Успех человека в обществе должен измеряться не маркой автомобиля, а тем, сколько детей воспитала семья. (Валентина Матвиенко)
- 3 «Золотой стандарт» корпоративной демографии охватывает уже свыше 150 предприятий.** Движение «демографических миллионеров» – компаний, выплачивающих 1 млн рублей за рождение ребёнка, – перевалило за 150 участников и продолжает расширяться. Рейтинг ЭКГ охватывает 7,6 млн компаний по всей стране. (Игорь Щёголев)
- 4 Финансовых участников рынка стало 46 млн против тысяч десять лет назад.** Россия совершила масштабный сдвиг в финансовой культуре: за десятилетие число физлиц на финансовых рынках выросло от тысяч до 46 миллионов. Однако горизонт принятия решений по-прежнему составляет лишь два года, что блокирует инвестиционную модель. (Александр Аузан)
- 5 Подростки 12–17 лет проводят в интернете в среднем шесть часов в день – цифровые дети требуют системной защиты.** Более 70% школьников используют нейросети, 40% – ежедневно. Только половина родителей разговаривает с детьми о правилах работы с ИИ. Ответственность платформ признаётся более 90% опрошенных. (Марина Пикулева; Михаил Гербер, Лаборатория Касперского)
- 6 Государство направило более 3 трлн рублей на поддержку семьи в рамках национальных проектов.** 48% всех средств нацпроектов идёт на поддержку семьи и семейных ценностей: материнский капитал, льготная ипотека, различные форматы льгот. Впервые появилась программа поддержки многодетных на 500 млрд рублей. (Анна Кузнецова)
- 7 Общий объём благотворительности и КСО в России – 505 млрд рублей, но цифра не растёт.** Сумма практически не меняется уже много лет, хотя 54% граждан не доверяют благотворительным организациям. Цифровой рубль и смарт-контракты призваны снять барьер недоверия и повысить адресность пожертвований. (Артём Метелев; Алла Бакина, Банк России)

- 8 **Академическое искусство – несанкционируемый стратегический актив страны.** Попытки отменить Пушкина, Толстого, Чайковского не сработали: авторитет российской академической школы непреложен глобально. Россия объявила конкурс «Картины мира» – любой художник мира может выставиться в Третьяковке. (Андрей Серов, Газпромбанк)
- 9 **Россия вошла в топ-10 стран по числу проектов социального воздействия (ПСВ).** В стране запущено 13 проектов ПСВ, 8 уже реализовано. Принцип «платы за успех» поддержан всеми социальными министерствами, предложение о постоянном закреплении ПСВ рассматривается правительством. (Георгий Чиков, ВЭБ.РФ)
- 10 **Медиа формируют «демографические ожидания» – как инфляционные ожидания в экономике.** Если утром по всем каналам показывают разводы и ужасы в семьях, растут разводы. Каждый третий ребёнок в России растёт в многодетной семье, но многодетных семей всего 11%. Нарративы решают. (Анна Кузнецова)
- 11 **Лагерь «Послезавтра» за 4 года охватил 4000 детей из зон конфликтов.** Психологическое сопровождение от вожатых ведущих вузов продолжается после смены. Мальчик Артём из Луганска, для которого самолёт ассоциировался только с болью, поступил в авиационное училище. (Алексей Петров)
- 12 **Тотальный диктант охватил 3 млн человек из 109 стран и стал глобальным культурно-просветительским движением.** Платформа содержит 5 млн личных кабинетов с персональными образовательными траекториями. Для модернизации инфраструктуры требуется около 30 млн рублей – проект ищет IT-партнёров на условиях pro bono. (Вячеслав Беляков)

2. Контуры темы

2.1 Демография как стратегическая ось ПМЭФ-2026

На ПМЭФ-2026 демографическая повестка впервые заняла центральное место в стратегическом дискурсе форума. Участники зафиксировали переход от постановки проблемы к обсуждению системных решений: корпоративных стандартов, медийных нарративов, финансовых инструментов и социальных проектов. Тезис о том, что демография – прямой ограничитель экономического роста – получил поддержку как от государственных, так и от бизнес-спикеров.

Спикер Валентина Матвиенко задала рамку дискуссии: семейноцентричность должна пронизывать все сферы общества деятельно, а не декларативно. Успех в обществе должен измеряться не финансовым достатком, а числом воспитанных детей. При этом обращение к женщинам сопровождалось призывом обеспечить реальную инфраструктуру: детские сады, ясли, кружки, поликлиники.

«Говорить об успешном развитии экономики без обсуждения демографической повестки уже невозможно. Проблема снижения рождаемости сегодня в большинстве стран мира, и для России эта тема сверхактуальна. Именно поэтому президент Российской Федерации обозначил демографическую повестку как стратегическую для страны.»

(Валентина Матвиенко)

«Мы фактически живем при исторически низкой безработице, и это проинфляционный фактор. На одного соискателя приходится шесть рабочих мест. Из этого следует очень простой вывод: демографическая политика – это не просто социальный фактор, а прямое влияние на экономику и наше экономическое развитие.»

(Никита Макаров)

2.2 Ключевые сессии: от корпоративной демографии до экономики участия

Блок «Социальная сфера в эпоху новых технологий» охватил семь тематических сессий: от «Золотого стандарта» корпоративной демографии до академического искусства как инвестиции в будущее страны. Каждая сессия фиксировала конкретные практики и измеримые результаты – в противовес декларативным дискуссиям прошлых лет.

Особое место заняла сессия по экономике участия, где впервые на площадке ПМЭФ был представлен полный спектр инструментов вовлечения граждан и бизнеса в социальную сферу: от смарт-контрактов цифрового рубля до проектов социального воздействия и инициативного бюджетирования.

«Президент в 2024 году, по сути дела, сказал бизнесу: поднимите голову и посмотрите, что нас ждёт впереди, ради чего мы всё делаем. И показал, что нет будущего в стране, в которой не работают над вопросом демографии. Ради чего мы строим бизнес? Мы строим его ради своих детей, ради будущего нашей страны.»

(Денис Ременяко)

«Деньги и инвестиции рассматриваются не только через экономический эффект, но и через качество жизни, через счастье человека, через решение социальных задач. Это говорит об определённой эволюции сознания всего экономического блока страны.»

(Артём Метелев)

2.3 Премия #МЫВМЕСТЕ: лучшие социальные практики страны

Презентация финалистов премии #МЫВМЕСТЕ стала точкой соединения социальных инноваторов с бизнесом. За три дня форума 27 компаний предложили 47 решений финалистам, 19 из которых уже достигли договорённостей. Премия охватывает 147 государств, ежегодно принимая свыше 45 тысяч заявок.

Проекты финалистов продемонстрировали системный подход к социальным вызовам: инклюзивные центры с уникальными методиками, реабилитация детей из зон конфликтов, экзоскелеты для восстановления двигательных функций, просветительские движения мирового масштаба. Элемент культуры и искусства присутствовал в каждом из представленных проектов.

«Ежегодно на участие в премии поступает более сорока пяти тысяч заявок из ста сорока семи стран мира. Это крупнейший конкурс социальных проектов страны, проходящий при поддержке Президента.»

(Мария Цуканова)

«За три дня работы форума двадцать семь компаний предложили сорок семь решений финалистам премии Мы вместе. Формат питчинга позволил соединить НКО с потенциальными партнёрами из бизнеса прямо на площадке ПМЭФ.»

(Мария Цуканова)

3. «Золотой стандарт» корпоративной демографии

3.1 Стандарт: структура и распространение

Корпоративный демографический стандарт («Золотой стандарт») представляет собой комплекс мер поддержки сотрудников с детьми: от выплаты 1 млн рублей за рождение ребёнка (освобождённой от налогов по инициативе президента) до создания детских комнат, гибких графиков и ДМС для многодетных. Стандарт носит рекомендательный характер и уже охватил свыше 150 предприятий страны.

Ключевой инсайт сессии: работодатель оказался наиболее значимым демографическим фактором — опросы семей показали высокий запрос на корпоративную поддержку. Работник при прочих равных (а иногда и не при прочих равных) выбирает работодателя, готового поддерживать его семью. Рейтинг ЭКГ позволяет любому кандидату оценить демографическую ответственность компании до трудоустройства.

«Мы должны стремиться к тому, чтобы вот этот золотой стандарт стал нормой жизни каждого предприятия, корпорации, малого и среднего бизнеса.»

(Валентина Матвиенко)

«Рейтингом ЭКГ сейчас охвачено семь миллионов шестьсот тысяч компаний — за очень небольшим исключением это практически весь бизнес в стране. То есть реально работник уже может оценить работодателя, зайдя на сайт.»

(Игорь Щёголев)

3.2 Корпоративные кейсы: АЗОТ, ОКТА, ВЭБ.РФ

Роман Троценко (АЗОТ) описал эволюцию корпоративной демографии от точечной помощи сотруднику с тройней до системной программы, ставшей центром стратегии компании. Полная цепочка: детский сад — школа — колледж, ориентированный на химию — даёт ответ одновременно на демографический вызов и кадровый дефицит. 5 600 детей сотрудников прошли медицинское обследование.

ВЭБ.РФ в День защиты детей объявил о выплате 1 млн рублей за рождение второго и каждого последующего ребёнка — превысив тем самым требования «Золотого стандарта». Среди 130 сотрудников с тремя и более детьми 80% после рождения третьего ребёнка существенно выросли в доходе или продвинулись профессионально. Многодетность стала сигналом готовности к кризисному менеджменту.

«Мы сделали демографическую программу центром компании. Не технологию, а именно демографию. Потому что если задуматься, что можно вокруг этого собрать: вы решаете вопрос текучести кадров, уменьшения больничных, профессиональной подготовки. Мы стали делать всю цепочку от детского сада до колледжа, посвящённого химии.»

(Роман Троценко)

«Ко Дню защиты детей Игорь Иванович Шувалов подписал приказ: теперь будем выплачивать за рождение второго и последующего ребёнка один миллион рублей. Поддержка многодетных семей со стороны работодателей – это не просто социальная ответственность, это важный вклад в стратегическое развитие нашей страны.»

(Святослав Шевалье)

«В нашем холдинге абсолютный консенсус среди руководства: многодетность – это сразу знак качества. Если ты многодетный отец, ты совершенно точно готов к кризисному менеджменту.»

(Александр Жаров)

3.3 Барьеры и нерешённые задачи

Участники сессии откровенно обозначили системные барьеры. Для естественного прироста населения суммарный коэффициент рождаемости должен превышать 2,3, что означает, что больше половины семей должны быть многодетными. Сейчас средний показатель по предприятиям – 1,16. На некоторых до сих пор существует установка: «Пока ты у нас работаешь, о детях не думай».

Татьяна Ким (горнорудная отрасль) описала вызов удалённых регионов: нехватку медицинского оборудования, кадровый дефицит при зарплатах, превышающих IT-отрасль, и необходимость самостоятельно строить медицинские учреждения и школы. Адресная поддержка многодетных во многих регионах привязана к критерию малоимущности – что вступает в противоречие с задачей сделать многодетность престижной.

«Чтобы мы росли, надо, чтобы суммарный коэффициент рождаемости был больше двух целых трёх десятых. Мы померяли наши компании – выяснилось, что средний показатель одна целых шестнадцать сотых. А на некоторых до сих пор существует установка: «Пока вот ты у нас работаешь, о детях не думай.»

(Игорь Щёголев)

«Мы хотим сделать многодетную семью престижной, чтобы все хотели становиться многодетными, но некоторые меры поддержки ты получаешь только если малоимущий. Как-то не вяжется престиж с малоимущностью. Вопрос должен быть решён на федеральном уровне.»

(Анна Хилькевич)

4. Большая семья и медиа-нарративы

4.1 Нарративная война за демографию

Сессия «Большая семья – большие охваты» собрала медиаменеджеров, политиков и общественных деятелей с суммарно 37 детьми на восемь спикеров. Центральный тезис: медиа формируют «демографические ожидания» по тому же механизму, что инфляционные. Показ разводов и семейных трагедий с утра до вечера – прямой путь к росту разводов. При этом каждый третий ребёнок в России растёт в многодетной семье, но многодетных семей всего 11%.

Кэндис Оуэнс (американский публицист) описала западную проблему с российского ракурса: на протяжении десятилетий женщинам транслировалось послание о несовместимости семьи и карьеры. Её личный опыт опроверг этот нарратив: создание семьи дало её подкасту наивысшую цель и многократно умножило его успех.

«В экономике есть специальное измерение инфляционных ожиданий. Если с утра по всем каналам пойдут фильмы про инфляцию, – что будет с инфляционными ожиданиями? Вот почему мы удивляемся, что если с утра до вечера нам показывают разводы, ужас, трэш в семьях, – с чего мы удивляемся, что у нас столько разводов? Сегодня каждый третий ребёнок в России растёт в многодетной семье, но многодетных семей всего одиннадцать процентов.»

(Анна Кузнецова)

«Мы что на востоке, что на западе сражаемся с одними и теми же проблемами. И сейчас всё сводится к медиапосланию. Я сюда приехала и понимаю, что мы практически одинаковые, у нас одинаковые мотивации – Бог, понимание семьи – всё это нас поддерживает наиболее положительным образом.»

(Кэндис Оуэнс)

4.2 Медиаменеджер и многодетный отец: управленческий синергизм

Александр Жаров (Газпром-Медиа, 11 000 сотрудников, 140 млн охват) системно описал управленческую ценность многодетности: ежеутренний «кризисный менеджмент» с детьми, навыки приоритизации, делегирования и долгосрочного планирования – именно те soft skills, за которые работодатели повышают сотрудников. Корпоративный фильм «Большая семья» стал инструментом корпоративного духа холдинга.

Анна Кузнецова предложила конкретные медийные меры: таргетирование позитивной информации о многодетных семьях, создание современных образов многодетности в кино и на телевидении, развитие «демографических ожиданий» через регулярные сюжеты о достижениях многодетных семей. 41% действующих губернаторов – многодетные, что создаёт позитивный ролевой образ на высшем уровне.

«Будущее есть только у многодетной нации. Это то, что нужно помнить и политикам, и медиаменеджерам, и нам как родителям, и тем, кто планирует своё будущее родительство. Будущее у нас как у нации – только если наша нация многодетная.»

(Анна Кузнецова)

«Три вопроса каждый вечер своим детям я задаю: проблема дня, победа дня и чем помочь. Это работает изо дня в день. Многодетный менеджмент: мы должны нести смыслы – и с экрана, и в медиапосланиях.»

(Александр Жаров)

5. Финансовая культура и устойчивость

5.1 Горизонт планирования – ключевой дефицит

Александр Аузан обозначил системную проблему российской экономики: горизонт принятия решений составляет в среднем два года. Такая экономика по определению рентоориентирована, а не инвестиционна. Финансовая культура – это прежде всего долгосрочный взгляд, доверие к людям и институтам, ответственность. Два пути расширения горизонта: межпоколенческая коммуникация и культура работы с ошибками.

Исследование фронтальных компаний (Сбер, ТБанк, Яндекс, Газпромнефть) показало: их объединяет низкое избегание ошибок. Фронтант выходит тот, кто не боится ошибаться – но не упорствует в одних и тех же ошибках. Это одновременно и воспитательный принцип для детей, и корпоративный принцип для лидеров рынка.

«Мы сейчас имеем экономику, где за редким исключением горизонт принятия решений – два года. Такая экономика не может быть инвестиционной, она является рентоориентированной, потому что что мы можем сделать за два года? Найти какой-то источник, окружить его заборчиком и попытаться с него получить ренту.»

(Александр Аузан)

«Мне кажется, здесь есть дорога. Первое – это межпоколенческая коммуникация. Мы сразу начинаем мыслить в длинную, как только речь идёт о наших детях, внуках, дедах, бабушках. Финансовые инструменты, которые способствуют такому мышлению, – это тоже важный вопрос.»

(Александр Аузан)

5.2 Масштаб просветительской работы и поведенческие барьеры

Эстафета «Мои финансы» охватила 42,5 млн человек в 2 500 муниципалитетах. Опрос 10 000 детей из 48 регионов показал: 40% школьников демонстрируют высокий или повышенный уровень финансовой грамотности, но практические навыки – управление личными финансами, выбор инструментов – остаются слабым местом даже у студентов.

Михаил Мамута (Банк России) сформулировал новую установку стратегии: не «я знаю», а «я делаю». Покупка в один клик повышает долю нерационального потребления примерно на треть. Около 50% потребителей склонны к спонтанным покупкам. Решение – изменение среды («наджинг») эффективнее любых призывов и слоганов.

«Мы в рамках новой стратегии взяли такой подход: не я знаю, а я делаю, потому что знать важно, но мало. Делать, когда ты опираешься на знания, а не только на привычку, – это действительно устойчивая модель поведения. Культура лежит в основе действия, а не знания.»

(Михаил Мамута)

«В прошлом году мы прикинули, сколько людей принимают участие в нашей всероссийской просветительской эстафете «Мои финансы» – сорок два с половиной миллиона человек, две с половиной тысячи муниципалитетов. Это уже значимый охват. Мы на этом не останавливаемся, движемся дальше.»

(Павел Кадочников)

5.3 Доверие к финансовым институтам: рост и новые вызовы

Банкам доверяют уже 80% россиян (против 70% в 2023 году). Индекс инвестиционной активности вырос на 2,5 пункта и достиг 55 пунктов. Сбербанк с 110 млн клиентов переходит к концепции человекоцентричности – если каждый клиент станет чуть богаче, это улучшит всю экономику.

Новый вызов – цифровой рубль: только 6% россиян реально понимают, что это такое. Одновременно почти треть инвесторов принимает решения по советам из социальных сетей. Кодекс этики в продвижении финансового просвещения, разделяющий образование и продажи, тестируется шестью крупнейшими игроками рынка.

«По последнему исследованию, только шесть процентов россиян реально знают и глубоко погружены в то, что такое цифровой рубль. Перед нами стоит новая задача – рассказывать россиянам, что это такое, как с этим работать.»

(Вера Подгузова)

«По нашему недавнему исследованию, почти треть принимает решение, куда инвестировать, опираясь на советы из каналов в различных социальных сетях. Если ты так принимаешь инвестиционные решения, то результат не заставит себя долго ждать.»

(Михаил Мамута)

6. Цифровые дети: ответственность платформ

6.1 Портрет цифрового поколения

Подростки 12–17 лет проводят в интернете в среднем шесть часов в день. Даже четырёхлетний ребёнок с очень высокой вероятностью имеет личный смартфон. Более 70% школьников используют нейросети, 40% – ежедневно. При этом дети зависимы от гаджетов (признают это сами), имеют слабо развитое критическое мышление и не чувствуют опасности в интернете – особенно старшеклассники.

Ключевой сдвиг: интернет стал для цифровых детей тем, чем улица была для предыдущих поколений – территорией свободы и общения со сверстниками. Запрет – не решение. Нужна «цифровая прививка»: просветительские программы, тренировки на реальных угрозах, формирование иммунитета к манипуляции.

«Для тех, кто был ребенком в двадцатом веке, территорией свободы была улица. Для тех, кто ребенок в двадцать первом веке, физическая свобода ушла в интернет. Поэтому когда взрослые говорят ребенку пойти погулять с друзьями, он именно этим и занимается – только в виртуальной среде.»

(Марина Пикулева)

«По статистике Лаборатории Касперского, более семидесяти процентов школьников используют нейросети, а сорок процентов детей используют нейросети ежедневно. В первую очередь они помогают в учёбе.»

(Михаил Гербер)

6.2 Ответственность платформ и международный диалог

Более 90% опрошенных считают, что за контент и настройку алгоритмов должны отвечать цифровые платформы. В России сформирован Альянс по защите детей в цифровой среде: платформы обмениваются ссылками на деструктивный контент – если материал появился на одной площадке, он удаляется на всех. VK Видео с аудиторией 82 млн пользователей внедрил безопасный режим для детей на платформе Сферум автоматически.

Министры связи стран СНГ приняли декларацию по защите детей в цифровой среде, которую планируется продвигать через международные организации ООН. Эксперты из Африки обозначили глобальный масштаб вызова: к 2050 году Африка станет домом для миллиарда детей – 40% мирового населения. Международное сотрудничество по общим принципам защиты детей признано безальтернативным.

«Более девяноста процентов опрошенных полагают, что за контент и настройку алгоритмов должны отвечать цифровые платформы. Это свидетельствует о высоких ожиданиях общества от технологических компаний в части обеспечения безопасности детей.»

(Татьяна Матвеева)

«Если загрузить развёрнутый социальный граф про любого человека и попросить ИИ оценить его слабые и сильные стороны и возможные точки манипуляции – он довольно точно подсказывает, как этим человеком манипулировать. Это касается любого взрослого и детей в том числе.»

(Андрей Цыпер)

7. Академическое искусство как инвестиция

7.1 Культура как стратегический ресурс

Россия – одна из немногих стран с полноценной академической художественной школой мирового уровня. Попытки санкционировать Пушкина, Толстого, Чайковского провалились: эти имена слишком глубоко укоренены в глобальной культуре. Конкурс «Картины мира» открыл Третьяковскую галерею для художников всего мира – от студента первого курса до признанного мастера.

38% россиян посещали академическое искусство за последний год. Молодёжь (поколение Z и младшие миллениалы) активнее: 49–51% против среднего по стране. В столицах – 67%. Две трети граждан считают, что академическое искусство нуждается в активной государственной поддержке, а рост рынка академического искусства экономисты традиционно связывают с выходом из кризиса.

«Академическое искусство, особенно академическое искусство России, не может быть заблокировано на счетах, не может быть подвергнуто санкциям или заморожено. Такие попытки были – отменить Пушкина, Толстого, Репина, Чайковского. Но они не работают, потому что всё это слишком уже глубоко в глобальной культуре.»

(Андрей Серов)

«Рост рынка академического искусства всегда говорит о приближающемся выходе из кризиса. У меня хорошие новости: рост рынка академического искусства наблюдается, он есть, и русское искусство по-прежнему в цене.»

(Ольга Галактионова)

7.2 Культура удерживает квалифицированные кадры в регионах

Михаил Фаткин обозначил экономическое измерение культурной инфраструктуры: НДФЛ составляет более 60% налоговых поступлений регионов. Основные потребители академического искусства – люди с двумя высшими образованиями, именно они платят наибольший налог. Закрытие музыкальной школы напрямую ведёт к маргинализации города: высококвалифицированные специалисты уезжают туда, где есть культурные институции для их детей.

Росатом в своих 31 атомном городе с 2,5 млн жителей реализует программу «Территория культуры» – привозит крупнейшие коллективы страны. В Энергодаре первым объектом, отремонтированным после военных действий, стала детская музыкальная школа. Курчатов, по словам представителя Росатома, подписал приказ о строительстве театра раньше, чем был запущен первый реактор.

«Если в городе закрывается музыкальная школа либо танцевальные студии, то люди с высшим образованием и научной степенью принимают решение, что здесь делать нечего, потому что нет будущего у их детей. Если институции нет в городе, то человек скорее примет решение к переезду в тот город, где эти институции имеются.»

(Михаил Фаткин)

«Для нас, как для госкорпорации Росатом, большое академическое искусство является не просто заданием некоей среды, но то, что позволяет чуду случиться. У основания атомной промышленности России были великие люди – Курчатов, Харитон, Завенягин, и все они были большими знатоками и поклонниками большого искусства.»

(Андрей Тимонов)

8. Игроки темы: ключевые организации и спикеры

8.1 Государство и регуляторы

Ключевые государственные игроки демографической и социальной повестки ПМЭФ-2026 сформировали консенсус вокруг системного подхода к семейноцентричности, финансовой культуре и защите детей в цифровой среде.

- Валентина Матвиенко – председатель Совета Федерации; инициатор «Золотого стандарта», предложения клуба «демографических миллионеров»
- Игорь Щёголев – Совет по реализации государственной политики в сфере защиты семьи; рейтинг ЭКГ, движение 150+ компаний
- Анна Кузнецова – заместитель председателя Государственной Думы; реестр мер поддержки многодетных, 49 регионов отменили критерий нуждаемости
- Павел Кадочников – эстафета «Мои финансы» (42,5 млн человек), опрос финансовой грамотности (85 вузов, 48 регионов)
- Михаил Мамута – Банк России; стратегия финансовой культуры, поведенческая экономика («наджинг»)
- Алла Бакина – Банк России; цифровой рубль в благотворительности, смарт-контракты для адресных пожертвований
- Татьяна Матвеева – РАЭК; Альянс по защите детей в цифровой среде, декларация СНГ

8.2 Бизнес и институты развития

Корпорации выступили как активные участники демографической повестки, а не только как объекты регулирования.

- ВЭБ.РФ (Игорь Шувалов, Святослав Шевалье) – HR-подразделение «Ядро», 1 млн руб. за второго и последующих детей, 32-часовая неделя для родителей детей до 1,5 лет
- Газпром-Медиа (Александр Жаров) – 11 000 сотрудников, корпоративный фильм «Большая семья», программы для многодетных
- Группа АЗОТ (Роман Троценко) – 90 000 сотрудников, 900 новорождённых в год, медобследование 5 600 детей
- Горнорудный холдинг «Полиметалл» (Татьяна Ким) – 6 регионов, проект «Точка опоры – Семья», социальная реклама многодетности
- Группа ОКТА (Дмитрий Толоконников) – программа «Ноль минус», ДМС в декрете, встречи за кофе для знакомств
- Газпромбанк (Андрей Серов) – конкурс «Картины мира», корпоративная коллекция академического искусства
- ПСБ (Вера Подгузова) – поддержка Третьяковки, Большого театра, проект «Чистая классика» в новых регионах
- АСИ (Светлана Чупшева) – стандарт общественного капитала, инициативное бюджетирование, ПСВ
- Фонд #МЫВМЕСТЕ (Мария Цуканова) – 45 000+ заявок, 147 стран, питчинг-платформа пмеф.добро.ру

- Тотальный диктант (Вячеслав Беляков) – 3 млн участников, 109 стран, 5 млн личных кабинетов

9. Якорные цитаты

- 1 **Семейноцентричность должна пронизывать всё общество – не на словах, а на деле.** «Поставлена задача: семейноцентричность должна пронизывать все сферы нашего общества по-настоящему, не на словах, на деле. Самое сложное – изменить мировоззрение, чтобы семейные ценности вернулись в наше сознание, что это действительно ценность, а успех человека будет измеряться не количеством заработанных денег, а тем, сколько же детей родила эта семья.» (Валентина Матвиенко)
- 2 **Нацпроект «Семья» – суперинтегральный индикатор успеха всей государственной политики.** «Наш мандат – смотреть за реализацией национальных проектов. Мы посчитали, что суперинтегральным национальным проектом является, конечно же, семья. Потому что если семьи прибавляются, если дети прибавляются – это означает, что вся наша политика успешна.» (Игорь Щёголев)
- 3 **Финансовая культура – не знание, а поведение, привычки и изменение среды.** «Мы взяли такой подход: не я знаю, а я делаю. Делать, когда ты опираешься на знания, – это действительно устойчивая модель поведения. Культура лежит в основе действия, а не знания. Финансовое благополучие семьи – это финансовое благополучие страны.» (Михаил Мамута)
- 4 **Рождение и воспитание здоровых детей может стать национальной идеей России.** «Мы очень близко подошли к тому, чтобы нашей национальной идеей было рождение и воспитание здоровых и счастливых детей, которые потом вырастут в профессиональных и созидательных взрослых. Это ответ на политические, геополитические и технологические вызовы современности.» (Роман Троценко)
- 5 **Дети, научившиеся использовать ИИ как инструмент, станут выдающимися.** «Дети, которые научатся использовать искусственный интеллект для того, чтобы решать свои задачи эффективнее – в образовательном процессе, научной и рабочей деятельности – те дети и станут выдающимися, развитыми людьми в обществе.» (Александр Бухвитаев)
- 6 **Мягкая сила через академическое искусство определяет финансовые рынки и отношения между странами.** «Мягкая сила и система ценностей определяет всё, вплоть до финансовых рынков, границ государств и отношений между людьми. Раз Россия открывает перед ними такие возможности, естественно, они будут иначе относиться ко всему российскому.» (Андрей Серов, Газпромбанк)
- 7 **Работодатель, поймавший волну заботы о семьях, обречён на успех.** «Те компании, которые поймают волну заботы о семьях с детьми, займутся предметной конкретной поддержкой – уверяю вас, что они просто обречены на успех. Уважение к людям труда и поддержка семей создаёт корпоративную культуру, от которой выигрывает сам бизнес.» (Валентина Матвиенко)
- 8 **Для демографического роста больше половины семей должны быть многодетными.** «Чтобы мы росли, надо, чтобы суммарный коэффициент рождаемости был больше двух целых трёх десятых. Это означает, что больше половины семей должны быть многодетными. Мы померяли наши компании – средний показатель одна целых шестнадцать сотых.» (Игорь Щёголев)
- 9 **«Послезавтра начинается сегодня» – манифест 4 000 детей из зон конфликтов.** «В конце смены воспитанник лагеря сказал: Послезавтра начинается сегодня. Эта фраза стала не просто названием проекта, но манифестом уже четырёх тысяч ребят, прошедших программу психологической реабилитации.» (Алексей Петров)

10 Академическое искусство — самая фундаментальная инвестиция, на которую не распространяются санкции. «Финансовые активы являются в определённом смысле вторичной ценностью. А главной, первичной ценностью является то, что люди во всём мире считают ценным. Это создаёт академическое искусство. Практически всё наше будущее зависит от тех ценностей, которые создаются через эмоцию.» (Андрей Серов, Газпромбанк)

10. Сводная таблица метрик

Показатель	Значение	Источник
Число заявок на премию #МЫВМЕСТЕ в год	45 000+ из 147 стран	Мария Цуканова, сессия 157471
Участников финансовых рынков в России (физлица)	46 млн (против тысяч 10 лет назад)	Александр Аузан, сессия 156635
Охват эстафеты «Мои финансы»	42,5 млн человек, 2 500 муниципалитетов	Павел Кадочников, сессия 156635
Доверие банкам среди россиян (2026)	80% (против 70% в 2023)	Вера Подгузова, сессия 156635
Участников движения «демографических миллионеров»	Свыше 150 предприятий	Игорь Щёголев, сессия 156633
Рейтинг ЭКГ: охват компаний	7,6 млн компаний	Игорь Щёголев, сессия 156633
Среднее время в интернете у подростков 12–17 лет	6 часов в день	Марина Пикулева, сессия 156639
Школьники, использующие нейросети	Более 70%; ежедневно — 40%	Михаил Гербер, Лаборатория Касперского, сессия 156639
Общий объём благотворительности и КСО в России	505 млрд руб.	Артём Метелев, сессия 157470
Средства на поддержку семьи в рамках нацпроектов	Более 3 трлн руб.	Анна Кузнецова, сессия 156640
Программа поддержки многодетных	500 млрд руб.	Анна Кузнецова, сессия 156640
Участников Тотального диктанта 2026	3 млн из 109 стран	Вячеслав Беляков, сессия 157470
Посещаемость академического искусства россиянами за год	38%	Валерий Фёдоров, ВЦИОМ, сессия 156763
Охват Президентского фонда культурных инициатив (5 лет)	50 млрд руб.	Роман Карманов, сессия 157471
Атомных городов Росатома с программой «Территория культуры»	31 город, 2,5 млн жителей	Андрей Тимонов, Росатом, сессия 156763

11. Источники

- **«Золотой стандарт» корпоративной демографии**
День ? · forum_id=156633
<https://forumspb.com/programme/business-programme/156633/>
- **Формирование финансовой культуры как стратегический вклад в развитие государства**
День ? · forum_id=156635
<https://forumspb.com/programme/business-programme/156635/>
- **Цифровые дети, кто за вас в ответе?**
День ? · forum_id=156639
<https://forumspb.com/programme/business-programme/156639/>
- **Большая семья – большие охваты. Новая демография и нарративы для медиаменеджеров**
День ? · forum_id=156640
<https://forumspb.com/programme/business-programme/156640/>
- **Опережая время: академическое искусство как инвестиция страны в своё будущее**
День ? · forum_id=156763
<https://forumspb.com/programme/business-programme/156763/>
- **Экономика участия. Когда помощь становится стратегией**
День ? · forum_id=157470
<https://forumspb.com/programme/business-programme/157470/>
- **Презентация лучших социальных проектов Международной Премии #МЫВМЕСТЕ**
День ? · forum_id=157471
<https://forumspb.com/programme/business-programme/157471/>

По материалам деловой программы ПМЭФ-2026. Все цифры и формулировки приведены строго по выступлениям спикеров. Подготовлено АНО «Цифровые платформы».