

МОНИТОРИНГ МНЕНИЙ

Правильная ссылка на статью:

Мониторинг мнений (ВЦИОМ): сентябрь — октябрь 2024 // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2024. № 5. С. 85—99.

For citation:

Public Opinion Poll (VCIOM): September — October 2024. (2024) *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 5. P. 85–99.

МОНИТОРИНГ МНЕНИЙ: СЕНТЯБРЬ — ОКТЯБРЬ 2024

Результаты ежедневных опросов «ВЦИОМ-Спутник». Метод опроса — телефонное интервью по стратифицированной двухосновной случайной выборке стационарных и мобильных номеров объемом 1600 респондентов в возрасте от 18 лет. Выборка построена на основе полного списка телефонных номеров, задействованных на территории РФ. Данные взвешены на вероятность отбора и по социально-демографическим параметрам. Максимальный размер ошибки с вероятностью 95 % не превышает 2,5%. Помимо ошибки выборки, смещение в данные опросов могут вносить формулировки вопросов и различные обстоятельства, возникающие в ходе полевых работ.

СОДЕРЖАНИЕ ДАЙДЖЕСТА

ПОЛИТИКА

НОВЫЕ РЕГИОНЫ РОССИИ: ДВА ГОДА ПОСЛЕ ВОССОЕДИНЕНИЯ 86

СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

ФРИЛАНС В РОССИИ: МОНИТОРИНГ 87

МИКРОЗАЙМЫ И МИКРОЗАЕМЩИКИ 90

РАЗВОДЫ В РОССИИ: МОНИТОРИНГ 92

ОБРАЗ ЖИЗНИ

ДРУЖБА И ДРУЗЬЯ: МОНИТОРИНГ 95

НОВАЯ ЭПОХА ТРЕЗВОСТИ 98

ПОЛИТИКА

НОВЫЕ РЕГИОНЫ РОССИИ: ДВА ГОДА ПОСЛЕ ВОССОЕДИНЕНИЯ 86

НОВЫЕ РЕГИОНЫ РОССИИ: ДВА ГОДА ПОСЛЕ ВОССОЕДИНЕНИЯ

24 сентября 2024 г.

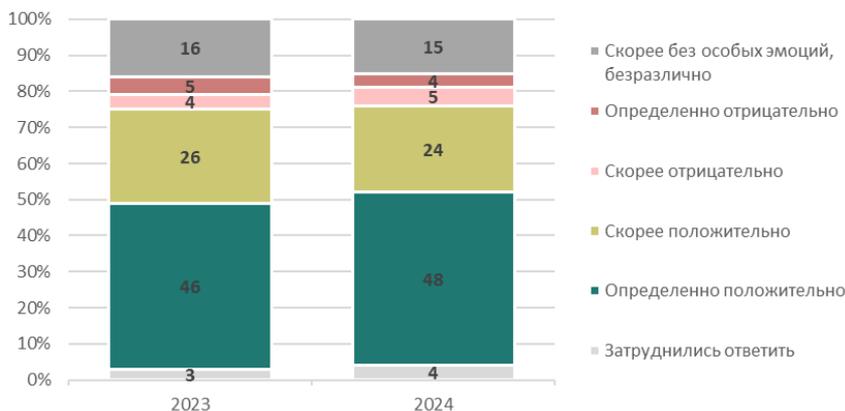
Два года назад в состав России вошли Донецкая и Луганская Народные Республики, а также освобожденные районы Херсонской и Запорожской областей. Сегодня осведомленность россиян о прошедших референдумах остается высокой, в общей сложности 92 % хорошо знают или слышали об этом (2023 г. — 91 %).

За два года отношение наших сограждан к вхождению Донецкой и Луганской Народных Республик и освобожденных районов Херсонской и Запорожской областей в состав Российской Федерации практически не изменилось. Большая часть по-прежнему позитивно воспринимает эти изменения — 72 % (2023 г. — 72 %). Спокойно, без эмоций оценивают присоединение новых территорий 15 % опрошенных (2023 г. — 16 %), об отрицательном отношении сообщили 9 % (2023 г. — 9 %).

Положительное отношение россиян к вхождению в состав страны Донецкой и Луганской Народных Республик и освобожденных районов Херсонской и Запорожской областей россияне объясняют, во-первых, мотивами воссоединения — 43 % («исконно русские земли» — 17 %, «там живут русские люди» — 10 %, «один народ» — 8 %, «выбор людей» — 5 %, «историческая справедливость» — 3 %). Второй мотив — забота о людях, их защита — 18 % (освобождение людей — 9 %, помощь, сострадание — 5 %, будет легче жить людям — 4 %). Эти результаты свидетельствуют о сильной эмоциональной и исторической составляющей в восприятии россиянами данного события.

Отрицательное отношение к присоединению новых территорий опрошенные аргументируют тем, что идут военные действия, и тем, что это территория другого государства (по 2 %).

Рис. 1. Скажите, как Вы относитесь к вхождению Донецкой и Луганской Народных Республик и освобожденных районов Херсонской и Запорожской областей в состав Российской Федерации? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

ФРИЛАНС В РОССИИ: МОНИТОРИНГ	87
МИКРОЗАЙМЫ И МИКРОЗАЕМЩИКИ	90
РАЗВОДЫ В РОССИИ: МОНИТОРИНГ	92

ФРИЛАНС В РОССИИ: МОНИТОРИНГ*6 сентября 2024 г.*

Фриланс, еще недавно бывший нестандартной, инновационной формой занятости, уже стал привычным явлением на российском рынке труда. Вслед за ростом численности «независимых профессионалов» в нашем лексиконе укореняется и само понятие «фриланс»: за последние четыре года доля готовых дать ему определение выросла с 32% до 44%. Фигура фрилансера в общественном сознании оценивается скорее нейтрально-позитивно, упор в ответах делается на характер и формат занятости. В представлениях россиян фрилансеры — независимые, свободные и самозанятые работники, которые сами составляют свой график (15%), работают преимущественно удаленно / через интернет / на дому (13%) и на себя, а не «на дядю» (9%). Не знакомы с понятием «фриланс» чуть более половины наших сограждан — 56%, четыре года назад таких было 68%.

За последние три года число фрилансеров в нашей стране изменилось, считают 58% россиян. В подавляющем большинстве случаев опрошенные говорят об увеличении их числа — сегодня так думают 51%, или каждый второй. Заявили об обратном («скорее стало меньше») только 7%, тогда как каждый десятый отметил, что их численность за рассматриваемый период осталась прежней (10%). В целом сентябрьские оценки распространенности фриланса сопоставимы с оценками четырехлетней давности: в 2020 г. в обществе также доминировало мнение, что ряды фрилансеров в России пополнились (48%), 7% — что поредели. О неизменности ситуации говорили 17%, это немногим выше, чем сегодня.

Средой обитания фрилансеров принято считать интернет, в академическом сообществе они давно прослыли «цифровыми воротничками». Вероятно, поэтому рост их числа чаще заметен активным интернет-пользователям (58%) и приверженцам смешанной модели медиапотребления (ТВ + интернет, 50%), чем активным телезрителям (35%).

Фрилансеры — социальная группа, лишенная полной гарантированной занятости, а значит, и регулярных доходов, и социальной защиты. В связи с этим их нередко причисляют к прекариату. Впрочем, финансовая нестабильность, с которой сталкиваются «цифровые воротнички», — не повод считать эту категорию работников низкодоходной. Согласно полученным данным, за последние четыре года россияне только укрепились во мнении, что фриланс в среднем приносит больше дохода, чем работа по найму: сегодня так думают 38%, или на 7 п. п. больше в сравнении с 2020 г. Доля россиян, считающих, что их среднемесячный заработок идентичен, напротив, снизилась за рассматриваемый период с 26% до 18%. То же касается и тех, кто оценивает доходы фрилансеров ниже доходов штатных сотруд-

ников — 7% (–5 п. п. за четыре года). Еще 37% затруднились с ответом, из трех «закрытых» вопросов о фрилансерах этот оказался для россиян самым сложным.

Рис. 1. По Вашему мнению, фрилансеров в последние три года в России стало больше, меньше или осталось столько же, сколько было? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)

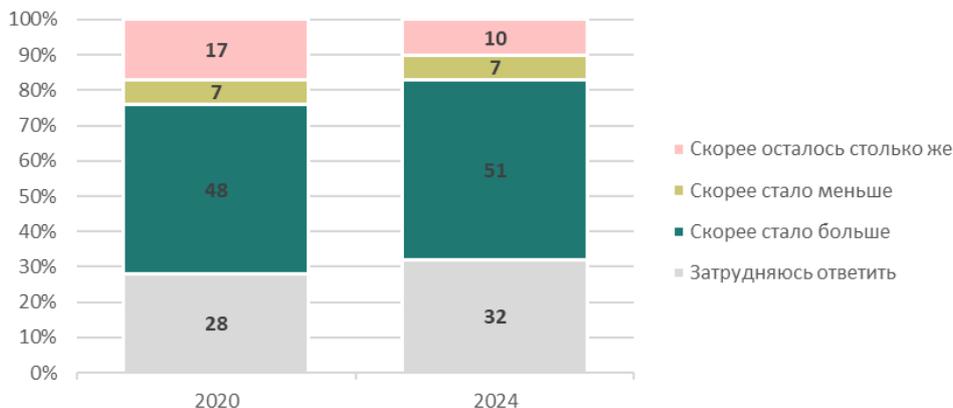
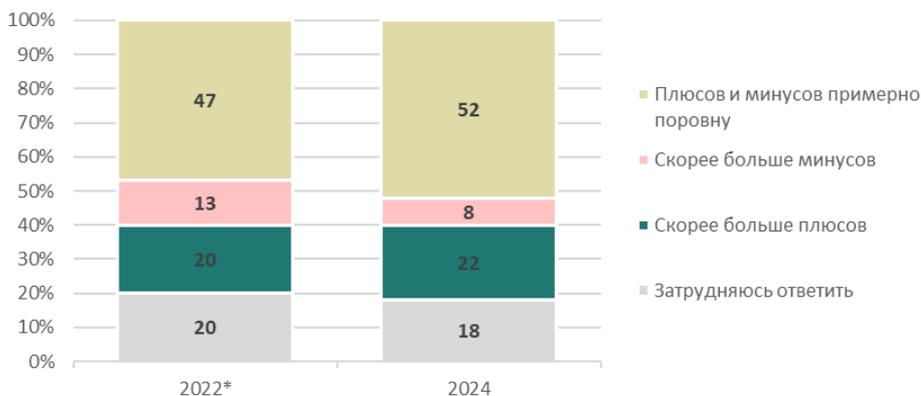


Рис. 2. На Ваш взгляд, в работе фрилансером больше плюсов или больше минусов, или плюсов и минусов примерно поровну? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



* Инициативный всероссийский интернет-опрос «ВЦИОМ-Онлайн». Объем выборки — 1806 работающих россиян в возрасте от 18 лет.

Более высокодоходным, чем «обычная работа», фриланс видится женщинам (41% vs. 35% мужчин), активным телезрителям (43%) и жителям Северо-Кавказского федерального округа (47%).

Каждый второй работающий россиянин считает, что плюсов и минусов в работе фрилансером примерно поровну (52%), за последние два года так стали думать немного чаще (+5 п. п. с 2022 г.). Прирост обеспечило снижение числа условных противников фриланса — тех, кто видит в нем больше минусов (8%, 2022 г. — 13%).

Больше преимуществ такой формы занятости, как и два года назад, видит каждый пятый работающий россиянин (22 %, 2022 г.— 20 %).

Несмотря на то что женщины чаще мужчин (здесь и далее речь о всех опрошенных, не только работающих) считают фриланс более высокооплачиваемым в сравнении с «обычной работой», именно мужчины чаще находят в нем больше плюсов (24 % vs. 18 % женщин). Оценки привлекательности работы фрилансером и ее доходности также связаны: о преобладании плюсов чаще говорят те, кто называет фрилансеров более высокооплачиваемой категорией работников, чем штатные сотрудники (29 %).

МИКРОЗАЙМЫ И МИКРОЗАЕМЩИКИ

19—24 сентября 2024 г.

Микрозаймы — неотъемлемый элемент современной экономики, отвечающий потребностям многих людей в быстром доступе к небольшим финансовым средствам. Несмотря ужесточение денежно-кредитной политики в России, в последний год портрет заемщика достаточно стабилен.

Среди заемщиков чаще можно встретить женщин (57%), более четверти — в возрасте от 35 до 44 лет (29%), каждый второй имеет высшее образование (66%), 66% охарактеризовали свое материальное положение как среднее (+7 п. п. за год). Большая часть заемщиков работают по найму (56%), из них в должности специалиста — 57%. Около половины (55%) состоят в браке, почти столько же отметили, что не имеют несовершеннолетних детей (51%).

Среди потенциальных клиентов микрофинансовых организаций соотношение мужчин и женщин примерно одинаковое (49% и 51% соответственно), около половины (48%) старше 45 лет, большинство (73%) имеют высшее или неполное высшее образование. Шесть из десяти (63%) характеризуют свое материальное положение как среднее, большинство трудоустроены по найму (56%) и чаще (57%) в должности специалиста. Каждый второй (53%) находится в зарегистрированном браке и в 67% случаев не имеет детей до 18 лет.

Главные драйверы выбора микрофинансирования в качестве источника финансирования: скорость оформления (37%, +9 п. п. за год) и меньшее количество требований к пакету документов (32%, +12 п. п. за год). Около трети (30%, +8 п. п. за год) указали на такой вариант, как «отказали в кредите в банке», более четверти (27%, +7 п. п.) выбирают МФО потому, что ниже вероятность отказа. Выросла и привлекательность возможности оформить заем онлайн (27%, +6 п. п. за год).

Среди возможных причин обращения за микрозаймами у потенциальных заемщиков на первое место в этом году вышла низкая вероятность отказов. Сегодня этот вариант получил 36%, год назад его выбирали 16%, то есть рост более чем двукратный. Порядок других причин сохранился, но актуальность многих из них выросла: скорость получения займа, меньшее количество требований и документов (по 33%, +9 п. п.), отказ в кредите в банке (23%, +9 п. п.).

Микрозаймы становятся для многих альтернативным финансовым инструментом, более доступным и гибким, чем банки. Можно сказать, что микрофинансовые организации (МФО) отчасти компенсируют ужесточение кредитной политики традиционных финансовых институтов.

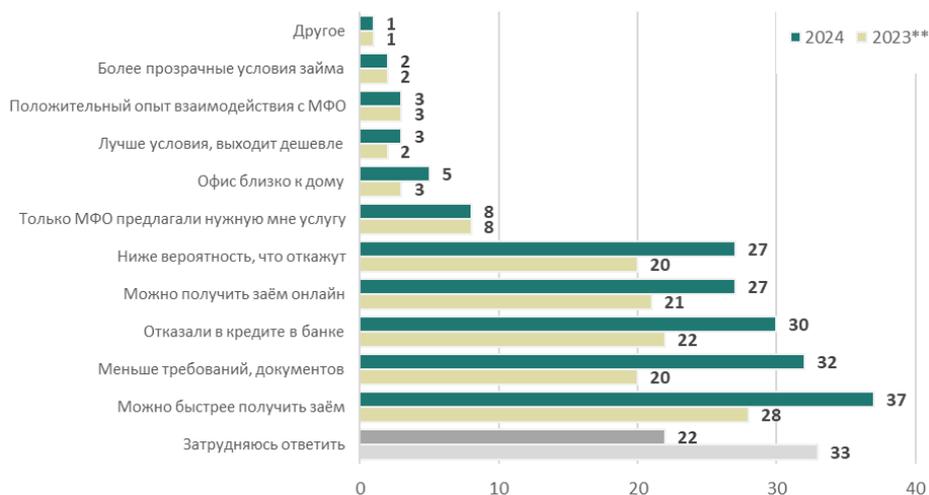
Организация приобретает статус микрофинансовой с момента включения сведений о ней в государственный реестр. Этот реестр представляет собой официальный список всех легально действующих микрофинансовых компаний, поднадзорных Центральному банку. О реестре МФО ЦБ РФ заемщики — как текущие, так и потенциальные, — осведомлены хорошо: знают о нем 9 из 10 (88% текущих заемщиков и 84% потенциальных). И для большинства опрошенных (71%) важно, чтобы МФО была включена в реестр ЦБ РФ.

Вероятно, именно поэтому половина текущих заемщиков декларируют, что проверяют статус организации, в которой они берут заем (52%), в том числе почти всегда это делают 21%, а 31% проверяют в случае, если не обращались в органи-

зацию ранее. Каждый четвертый (25 %) отметил, что никогда не проверяет юридический статус МФО. Это создает риски для заемщиков обратиться в нелегальную организацию, не имеющую государственной регистрации.

В целом заемщики используют широкий арсенал способов проверки МФО. Те, кто проверяет организацию перед оформлением займа, чаще всего смотрят отзывы в интернете (61 %) и реестр МФО на сайте Банка России (54 %), каждый третий пользуется информацией на сайте самой организации (33 %), каждый пятый (22 %) проверяет наличие маркировки сайта в поисковиках. Реже всего опрошенные обращаются за советом к близким (17 %).

Рис. 3. Пожалуйста, отметьте три основные причины, почему Вы обращались в микрофинансовую организацию (МФО), а не в другую финансовую организацию (МФО), а не в другую финансовую организацию (закрытый вопрос, до 3 ответов, % от текущих заемщиков)



** Опрос 2023 г. проведен с 15 по 25 сентября тем же методом. Целевая выборка 2023 г. составила 1216 интервью. Доля реальных заемщиков в структуре выборки — 60 %, доля потенциальных клиентов, без опыта займов в МФО — 40 %.

РАЗВОДЫ В РОССИИ: МОНИТОРИНГ

11 октября 2024 г.

Согласно результатам опросов ВЦИОМ, россиян, как и в прежние годы, больше привлекает создание семьи, нежели одиночество (84 % vs. 8 %). Чаще речь идет об официально зарегистрированном браке — 73 % (2017 г. — 78 %, 2019 г. — 77 %, 2021 г. — 71 %), в то время как сожительству без регистрации отдают предпочтение только 11 %, популярность такой формы отношений за последние семь лет несколько не выросла (2017 г. — 12 %, 2019 г. — 11 %, 2021 г. — 10 %). Фиктивный брак, заключаемый без намерения создать семью, россиян не привлекает, на протяжении всего периода наблюдений этот ответ набирал не более 2 % (2024 г. — меньше 1 %).

Чем старше респондент, тем чаще он выступает за традиционный зарегистрированный брак: максимум его сторонников зафиксировано в поколении оттепели — 85 % (vs. 62—64 % в двух самых младших поколениях). Молодежь в этом вопросе, напротив, чуть более раскрепощена, и даже, быть может, свободна от стереотипов: 16—18 % из числа зумеров и младших миллениалов допускают незарегистрированные отношения, 14—15 % вообще полагают, что в наши дни предпочтительнее жить одному. Представители самого старшего поколения оттепели не признают ни то, ни другое (1 % и 3 % соответственно).

Наряду со старшим поколением сторонников официального брака чуть больше среди женщин (75 % vs. 70 % мужчин), высокообразованной аудитории (77 %), а также россиян с хорошим и средним достатком (77 % и 74 % соответственно). Каждый седьмой опрошенный с доходом ниже среднего (плохое и очень плохое материальное положение) считает, что жить лучше одному или с партнером, но без регистрации брака (по 14 %).

Ответы жителей достаточно консервативного в вопросах семейных отношений региона нашей страны — Северо-Кавказского федерального округа — близки к средним по выборке, то есть их мнение ничем не отличается от мнения «большинства». Так, 73 % жителей этого федерального округа выбирают официальный брак, 14 % — соительство, 6 % — одиночество. Не имеет значения в этом вопросе и уровень урбанизированности: доли сторонников «традиционного» брака почти одинаковы в столичных городах и на селе (69 % и 73 % соответственно).

Динамика общественного восприятия обстоятельств, препятствующих расторжению брака, имеет нелинейный характер. На протяжении всего периода наблюдений нашим согражданам по-разному видятся барьеры развода. Но есть и то, что остается неизменным. С 2007 г. лидируют такие обстоятельства, как невозможность «поделить» детей между родителями (30 %, 2007 г. — 33 %), материальная зависимость одного из супругов (26 %, 2007 г. — 24 %) и сложности с разделом жилья (20 %, 2007 г. — 32 %). Наряду с имущественным вопросом за последние 17 лет менее убедительными аргументами для россиян стали: несогласие на развод одного из супругов (11 %, —9 п. п. с 2007 г.) и неприятная процедура развода (7 %, —5 п. п.), тогда как значение национальных и религиозных обычаев, напротив, выросло в глазах россиян (18 %, +8 п. п.). Осуждение близкого окружения видится препятствием еще для 11 %.

Более трети наших сограждан вовсе считают, что развестись можно всегда (37%), об отсутствии непреодолимых препятствий в последние пять лет россияне говорят заметно чаще, чем прежде (vs. 2007 г.— 23%, 2015 г.— 28%). Этот ответ наиболее популярен среди россиян с более богатым семейным опытом (от младших миллениалов до реформенного поколения, 42—44% vs. 15% зумеров), молодежь, напротив, заметно чаще называла конкретные обстоятельства, препятствующие расторжению брака. В частности, невозможность «поделить» детей между родителями (51% vs. 30% среди всех опрошенных), финансовую зависимость одного из супругов (37% vs. 26%), национальные или религиозные обычаи (44% vs. 18%) и др.

Рассуждать о факторах, осложняющих бракоразводный процесс, женщинам оказалось несколько проще, чем мужской части населения (затруднились с ответом 6% vs. 14% мужчин). В частности, россиянки чаще апеллируют к национальным и религиозным обычаям (21% vs. 15% мужчин) и материальной зависимости одного из супругов (31% vs. 20%).

В случае с разводами ситуация менее однозначна. В 1990 и 2007 гг. в российском обществе конкурировали два взгляда на точку невозврата в семейных отношениях: можно разводиться, когда семья фактически распалась (36—39%), и судить о необходимости развода следует исходя из конкретного случая (36—40%). Перелом во взглядах произошел в начале 2010-х: с 2013 г. в российском обществе доминирует ситуативный подход к проблеме — большая часть опрошенных придерживаются мнения, что все зависит от конкретного случая (2024 г. — 58%, +22 п. п. с 1990 г.). О том, что развод допустим, лишь когда от семьи фактически ничего не осталось, россияне говорят сегодня менее охотно (26%, —13 п. п.). По-прежнему редко встречаются среди наших сограждан и те, кто считает, что брак необходимо сохранить любой ценой (9%). Наконец, меньше всего поддержки находит радикальное решение семейных проблем («можно разводиться в любом случае, хуже от этого не будет» — 5%), на протяжении рассматриваемого периода доля ярых сторонников разводов варьировалась от 3% до 11%.

За сохранение брака любой ценой чаще выступают мужчины (12% vs. 6% женщин) и жители Северо-Кавказского федерального округа (19%). Чем старше респондент, тем выше поддержка этого суждения: в поколениях застоя и оттепели она достигает 12% и 14% соответственно (vs. 4% среди зумеров). Развод представители самого старшего поколения (оттепели) чаще поддерживают в ситуации, когда семейные отношения сошли на нет (32% vs. 14% зумеров). Молодые люди 18—23 лет, напротив, предлагают рассматривать каждый случай индивидуально (73% среди зумеров vs. 49% среди представителей поколения оттепели).

За последние пять лет представления россиян о причинах развода почти не претерпели изменений. Анализ ответов позволил выделить семь групп факторов, негативно сказывающихся на семейных отношениях. Как и в 2019 г., среди причин разводов лидируют финансовые трудности (46% ответов, 2019 г. — 38%), в частности безденежье (38%) и жилищные проблемы, высокие ставки по ипотеке (8%). Чаще всего этим аргументируют разводы россияне с плохим достатком (50% и 10% соответственно vs. 30% и 5% среди финансово благополучных). Вторая по популярности группа факторов — деструктивное поведение партнера (31%

ответов, 2019 г. — 22%), сюда можно отнести измены (18%), вредные привычки/зависимости (10%) и рукоприкладство (3%). Далее примерно с одинаковой частотой опрошенные называли нарушение коммуникации в семье (23% ответов, в том числе недопонимание — 14%, конфликты — 5%, неумение уступать друг другу — 4%) и утрату семейных ценностей (21% ответов, в том числе отсутствие уважения/нетерпимость — 6%, отсутствие доверия, внимания, чувств друг к другу — по 4% и др.). Встречаются среди россиян и те, кто считает причиной разводов несовместимость супругов (16% ответов, в том числе не сошлись характером — 9%, разные интересы / взгляды на жизнь — 4%, не подходят друг другу — 3%) и неготовность к семейной жизни (необдуманное вступление в брак — 7%, безответственность/инфантильность — 5%). Последний аргумент с 2019 г. стал для россиян более убедительным (12% ответов vs. 4% в 2019 г.). Наконец, еще одна группа причин — внешние обстоятельства (7% ответов, в том числе безработица — 5%, внутренняя политика/нестабильность — 2%).

Мужской и женский взгляды на причины разводов достаточно схожи. Однако женщины немногим чаще видят источник проблемы во вредных привычках партнера (13% vs. 8% мужчин), в безработице / нежелании партнера работать (6% vs. 3%) и рукоприкладстве (5% vs. 1%).

Мнения представителей разных поколений различаются сильнее. Чаще других к финансовым проблемам апеллируют четыре «средних» поколения — от младших миллениалов до поколения застоя (37—44%), в самой юной и самой возрастной группах этот ответ звучит заметно реже (27% и 29% соответственно). Что касается деструктивного поведения, то для молодежи веской причиной развода чаще видится неверность партнера (по 25% среди зумеров и младших миллениалов), для россиян 77+ лет — вредные привычки (17% среди поколения оттепели). Зумеры также чаще россиян в целом отмечают такие причины, как поспешное решение о вступлении в брак (16%), конфликты (14%) и отсутствие чувств (8%).

ОБРАЗ ЖИЗНИ

ДРУЖБА И ДРУЗЬЯ: МОНИТОРИНГ	95
НОВАЯ ЭПОХА ТРЕЗВОСТИ	98

ДРУЖБА И ДРУЗЬЯ: МОНИТОРИНГ*13 сентября 2024 г.*

Согласно сентябрьскому опросу, друг в понимании россиян — это в первую очередь верный, надежный и преданный человек, который всегда поддержит и никогда не оставит в трудную минуту (61 %). Для кого-то друг — единомышленник, разделяющий взгляды и интересы (16 %), человек порядочный, честный, бескорыстный (11 %) и проверенный временем (7 %). В числе конкретных примеров друзей россияне называли члена семьи, родственника, сослуживца, соседа (8 %).

Согласно полученным результатам, у абсолютного большинства россиян есть в окружении те, кого можно назвать друзьями (83 %), с годами этот показатель остается почти неизменным (2013 г. — 80 %, 2023 г. — 79 %), чего нельзя сказать о круге общения. Если в 2013 г. россияне в среднем дружили с четырьмя людьми, в 2023 г. — с шестью, то сегодня число друзей выросло до восьми. То есть за 11 лет размер сети друзей увеличился вдвое.

О том, что россияне активизировались в поиске друзей, говорит и рост числа тех, кто за последние два-три года обзавелся новыми знакомствами: сегодня таких 40 % (в группе тех, у кого есть друзья), что почти в 1,5 раза больше в сравнении с 2013 г. (29 %). По словам опрошенных, их дружеское окружение за последние несколько лет в среднем пополнилось семью новыми знакомствами. Столь высокое значение может одинаково свидетельствовать как о коммуникативных навыках россиян, желании и умении быстро налаживать контакты и заводить друзей, так и о готовности называть другом хороших приятелей и знакомых. Как было показано выше, понятие друга весьма субъективно, называться таковым с одинаковым успехом может родственник или сослуживец. Другими словами, вполне допустимо, что в ответах россиян речь скорее идет не о новых друзьях, а о новых знакомствах, которые могут перерасти в нечто большее.

Большая часть опрошенных по-прежнему предпочитает дружить с людьми, проверенными временем: по словам 56 % россиян, имеющих друзей, ни одного нового друга за последние два-три года у них не появилось (–8 п. п. с 2013 г.).

Наличие друзей обусловлено многими факторами. В их числе возраст, уровень образования и материального положения, а также место проживания. Лучше всего получается у дружить молодых людей 18—24 лет (окружены друзьями 97 %), россиян с высшим и неполным высшим образованием (88 %) и хорошим достатком (87 %), проживающих в обеих столицах, нежели сельской местности (90 % vs. 77 %). Эти же группы (за исключением высокообразованных) можно отнести и к наиболее общительным: за последние два-три года новыми друзьями обзавелись 76 % молодых людей 18—24 лет (то есть вдвое больше, чем по выборке в целом, — 40 %), каждый второй опрошенный с хорошим материальным положением (48 %) и житель Москвы и Санкт-Петербурга (48 %).

Пользование всемирной сетью также повышает шансы найти друзей. О наличии последних заявили девять из десяти активных интернет-пользователей (89% vs. 69% активных телезрителей). Что касается новых знакомств, то ими могут похвастаться 44% «интернетчиков» и только треть любителей телевидения (32%).

Частота общения россиян с друзьями остается высокой: три четверти опрошенных, имеющих друзей, поддерживают с ними связь регулярно — не реже одного-двух раз в неделю (74%, 2013 г. — 78%, 2023 г. — 73%), в том числе 38% — практически ежедневно. Еще 17% общаются с друзьями раз-два в месяц, 6% — еще реже.

Больше всего времени своим друзьям уделяет молодежь 18—24 лет — 61% в этой группе общаются с ними на ежедневной основе. По мере взросления интенсивность дружеской коммуникации снижается: в соседней группе 25—34-летних показатель опускается до 46%, среди россиян постарше колеблется от 30% до 36%.

Рис. 1. Есть ли у Вас друзья? (закрытый вопрос, один ответ, в % от всех опрошенных)

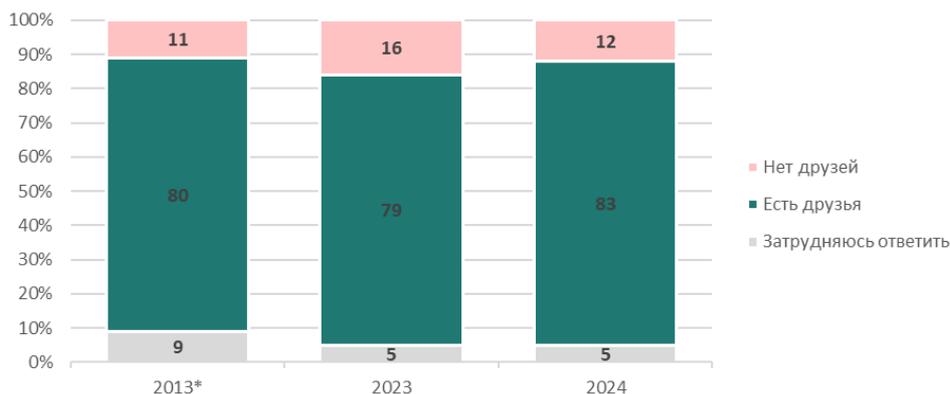


Рис. 2. Как часто Вы общаетесь со своими друзьями (встречаетесь, созваниваетесь, переписываетесь)? (закрытый вопрос, один ответ, в % от тех, у кого есть друзья)



* До 2017 г. опросы проводились методом поквартирных face-to-face интервью (проект «Экспресс»), выборка стратифицированная многоступенчатая с квотами по социально-демографическим параметрам, репрезентирует население РФ 18 лет и старше по типу населенного пункта, полу, возрасту, образованию и федеральному округу. Объем выборки составляет 1600 респондентов.

Несмотря на то что дружба входит в топ-5 наиболее важных ценностей для россиян, жизненные обстоятельства порой складываются так, что приходится прекращать дружеские отношения. За последние 11 лет доля россиян с подобным опытом выросла с 44 % до 68 %. Основная причина осталась неизменной — уход друга из жизни (24 %, 2013 г. — 20 %). Сходит дружба на нет и из-за переезда (8 %), предательства (7 %), различий во взглядах на жизнь и ссор, недопонимания (по 5 %).

Не сталкивались с потерей друзей четверть наших сограждан (24 %), вдвое меньше в сравнении с 2013 г. (50 %).

Согласно полученным результатам, дружить во взрослом возрасте становится сложнее — большую часть времени отнимают работа, семья и ежедневные заботы. С выходом на пенсию круг общения вовсе сужается, уходят из жизни друзья детства и молодости, из-за чего пожилые люди могут страдать от одиночества. По данным ВЦИОМ от 2021 г., именно старшее поколение 60+ лет чаще других испытывает одиночество на постоянной основе (7 % vs. 2—4 % среди россиян помладше).

В ходе сентябрьского опроса на тему дружбы 44 % россиян в возрасте 60 лет и старше признались, что пережили смерть друзей. Как результат, представители старшего поколения реже других могут похвастаться не только наличием друзей (75 % vs. 80—97 % в других возрастных группах), но и новыми знакомствами (33 %). Впрочем, заводить новых друзей становится проблематично и для россиян помладше: 35—59-летние в этом вопросе также проигрывают более общительной молодежи (33—36 % vs. 48—76 % среди 18—34-летних).

НОВАЯ ЭПОХА ТРЕЗВОСТИ

27 сентября 2024 г.

В России наблюдается заметный сдвиг в культуре потребления алкоголя. Все больше людей демонстрируют приверженность трезвому образу жизни, что обусловлено совокупностью различных факторов — сменой поколений, активизацией антиалкогольной политики, модой и другими. Согласно результатам опроса ВЦИОМ, доля абстинентов (тех, кто вообще не потребляет спиртные напитки) в нашей стране почти сравнялась с долей текущих потребителей алкоголя (48% и 52% соответственно), тогда как 20 лет назад последних было чуть ли не втрое больше, чем трезвенников (73% vs. 27%).

Согласно имеющимся данным, слом советской, или «водочной», модели потребления спиртных напитков наблюдался уже в начале 2000-х. Пиву в 2004 г. отдавал предпочтение почти каждый второй — 47%. А вот вино и водку на заре XXI века россияне любили одинаково, их употреблял каждый третий (по 33%). В наше время за внимание потребителей по-прежнему борются эти три алкогольных напитка. Однако на фоне увеличения доли трезвенников их прежняя популярность снизилась: потребителей вина сегодня насчитывается 19% (–14 п. п. с 2004 г.), потребителей пива — 18% (–29 п. п.), водки — 11% (–22 п. п.). Другими словами, сегодня в российском обществе еще сильнее прослеживается переход к южному типу потребления алкоголя, характеризующемуся преобладанием легких алкогольных напитков, как правило пива и вина. Если в 2004 г. водка еще могла составить им конкуренцию, то сегодня — с большим трудом. В случае с другими крепкими спиртными напитками ситуация осталась неизменной: коньяк, виски, ром и джин как были в меньшем почете у россиян, так и остались.

Алкогольные предпочтения имеют четко выраженную гендерную специфику. «Мужскими» напитками можно назвать пиво (25% vs. 13% женщин) и крепкий алкоголь — водку (19% vs. 5%), виски (5% vs. 1%) и коньяк (9% vs. 5%), «женскими» — только вино (26% vs. 11% мужчин). Потребителей вина также отличают наличие высшего образования (26%) и хорошее материальное положение (24%).

Доля не пьющих алкоголь россиян за последние 20 лет выросла в 1,8 раза, с 27% до 48%. Отчетливее всего влияние строгих культурных и религиозных норм на паттерны потребления алкоголя можно наблюдать на примере Северо-Кавказского федерального округа — самого непьющего региона страны. Доля трезвенников там составила рекордные 71%, в то время как в других регионах России показатель колеблется от 45% до 50%.

Помимо региона проживания приверженность трезвому образу жизни обусловлена полом, уровнем достатка, местом работы. Россияне, не употребляющие алкогольные напитки, — чаще женщины (53% vs. 43% мужчин), представители двух младших (54—61%) и самого старшего поколений (56%), а также работающие в бюджетных организациях (51% vs. 39% среди работников коммерческих структур).

Чем старше россияне, тем более явно доносятся отголоски советской модели потребления алкоголя. Водку чаще всего пьют представители трех старших советских поколений — реформенного (1968—1981 гг.) — 15%, поколения застоя (1948—1967 гг.) — 16% и оттепели (до 1947 г.) — 16%. Примечательно, что для

россиян, которые выросли в эпоху Брежнева и в сознательном возрасте застали третью антиалкогольную кампанию в СССР, водка оказывается даже предпочтительнее пива (16 % vs. 10 %). Самые «пьющие» — представители реформенного поколения (61 %), которые в одинаковой степени предпочитают вино и пиво (21 % и 19 % соответственно).

Любителей пива больше среди зумеров, или цифрового поколения (2001 г. и позже), и старших миллениалов (1982—1991 гг.) — по 27 %. Однако в отличие от старших миллениалов среди представителей цифрового поколения заметно меньше потребителей вина (13 %) и практически отсутствуют потребители водки (1 %). Как было отмечено выше, наряду с младшими миллениалами (1992—2000 гг.) и старшим поколением в возрасте старше 77 лет зумерам более близок трезвый образ жизни — доля абстинентов в этих возрастных когортах варьируется от 54 % до 61 %.

Основным мотивом злоупотребления спиртными напитками россиянам по-прежнему видится желание снять стресс и напряжение (по 38 % в 2024 и 2004 гг.). Более четверти опрошенных причиной этой привычки считают отсутствие силы воли (27 %, 2004 г. — 29 %), каждый пятый говорит о потребности людей «залить» горе, беду (20 %, 2004 г. — 17 %). Менее убедительными причинами злоупотребления спиртными напитками за последние 20 лет для россиян стали безделье (26 %, —11 п. п. с 2004 г.), влияние ближайшего окружения (18 %, —5 п. п.) и неуверенность в завтрашнем дне (14 %, —11 п. п.). То же касается и так называемого мифа о «пьющей» России: сегодня распитие спиртных напитков заметно реже воспринимается как часть культуры — национальной традицией его могут назвать только 7 % (vs. 20 % в 2004 г.). Еще 11 % отмечают доступность алкоголя (2004 г. — 14 %). Несмотря на давний запрет рекламы спиртных напитков в СМИ и интернете, такой вариант отметили 4 %, или вдвое меньше, чем в 2004 г. (8 %).

Мнение представителей самого старшего поколения — поколения застоя (77+ лет) — идет вразрез с мнением «большинства». Ключевой причиной злоупотребления алкоголем в этой группе считают отсутствие силы воли, слабохарактерность (32 %), тогда как в остальных возрастных группах доминирует ответ о снятии стресса и напряжения, чаще его выбирают младшие миллениалы — 52 %. О влиянии ближайшего окружения старшее поколение, напротив, говорит в 2—2,5 раза реже россиян в возрасте 18—56 лет (20—24 % vs. 10 %). Неубедительным аргументом для них является и «запивание» горя (12 % vs. 28—32 % среди зумеров и младших миллениалов). Другими словами, взгляд на алкоголизм у представителей поколения застоя более «приземленный», попытки оправдать злоупотребление спиртными напитками они предпринимают реже остальных.

При этом потребление спиртных напитков практически не отражается на представлениях о причинах алкоголизма. Текущие потребители лишь немногим чаще «трезвенников» говорят о снятии стресса (44 % vs. 32 %), а «трезвенники» — об отсутствии силы воли (30 % vs. 25 % среди употребляющих спиртные напитки), доступности алкоголя (14 % vs. 9 %) и о влиянии рекламы (6 % vs 3 %).