

# МОНИТОРИНГ МНЕНИЙ

---

## Правильная ссылка на статью:

Мониторинг мнений (ВЦИОМ): июль — август 2025 // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2025. № 4. С. 163—174.

## For citation:

Public Opinion Poll (VCIOM): July—August 2025. (2025) *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 4. P. 163—174.

## МОНИТОРИНГ МНЕНИЙ: ИЮЛЬ — АВГУСТ 2025

Результаты ежедневных опросов «ВЦИОМ—Спутник». Методы опроса: (1) телефонное интервью по стратифицированной двухосновной случайной выборке стационарных и мобильных номеров объемом 1 600 респондентов в возрасте от 18 лет (выборка построена на основе полного списка телефонных номеров, задействованных на территории РФ); (2) интернет-опрос по формализованной анкете на базе вероятностной панели «ВЦИОМ-онлайн» (участники панели рекрутируются в ходе ежедневного всероссийского телефонного (CATI) опроса «Спутник», который проводится по случайной (RDD) выборке мобильных номеров из 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—3,1 %. Помимо ошибки выборки, смещение в данные опросов могут вносить формулировки вопросов и различные обстоятельства, возникающие в ходе полевых работ.

## СОДЕРЖАНИЕ ДАЙДЖЕСТА

### ПОЛИТИКА

ЭМИГРАЦИОННЫЕ НАСТРОЕНИЯ — 2025: МОНИТОРИНГ .....	164
САММИТ НА АЛЯСКЕ: ОЦЕНКИ И ВПЕЧАТЛЕНИЯ .....	166

### СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

НАЦИОНАЛЬНЫЙ МЕССЕНДЖЕР: ОЖИДАНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ .....	168
ДИСПАНСЕРИЗАЦИЯ ДЛЯ ВСЕХ: ПРИЗРАК ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ? .....	170

### ОБРАЗ ЖИЗНИ

ЕСТЬ ЛИ ЖИЗНЬ БЕЗ БУМАГИ? .....	172
ОБРАЗ СЕМЬИ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ КИНЕМАТОГРАФЕ .....	173

Авторы аналитических обзоров: Татьяна Смак, Людмила Богомазова, Иван Леконцев, Мария Атаева

Составитель дайджеста: Ольга Якимова

## ПОЛИТИКА

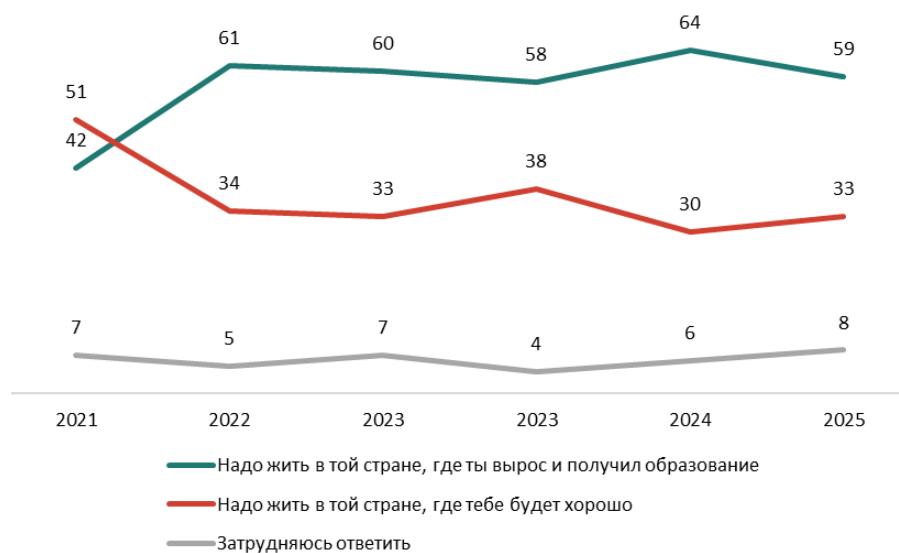
ЭМИГРАЦИОННЫЕ НАСТРОЕНИЯ — 2025: МОНИТОРИНГ .....	164
САММИТ НА АЛЯСКЕ: ОЦЕНКИ И ВПЕЧАТЛЕНИЯ.....	166

### ЭМИГРАЦИОННЫЕ НАСТРОЕНИЯ — 2025: МОНИТОРИНГ

19 июля 2025 г.

Согласно результатам мониторингового исследования Аналитического центра ВЦИОМ, с 2022 г. в российском обществе доминирует мнение, что жить надо там, где ты вырос и получил образование, нежели там, где тебе хорошо (хотя одно не исключает другого). Взгляд на эмиграцию сквозь патриотическую оптику, с одной стороны, отражает готовность отказаться от личных желаний ради благополучия своей страны. С другой — свидетельствует о трансформации самоощущения на Родине: традиционное восприятие Родины как места рождения и становления, по-видимому, дополняется новым измерением — личным комфортом. Отсюда и желание жить там, где родился и учился. Желанию этому следует подавляющее большинство наших сограждан: второй год подряд эмиграционные настроения в российском обществе держатся на историческом минимуме.

**Рис. 1. Какое из следующих суждений об эмиграции в большей степени соответствует Вашей точке зрения? (закрытый вопрос, один ответ, в % от всех опрошенных)**



В целом на протяжении всего периода наблюдений (с 1991 г.) россияне демонстрируют устойчивую привязанность к своей стране. Даже периоды относительной нестабильности (политической, социальной и экономической) не смогли переломить этот тренд. В 1991 г., когда эмиграция воспринималась как возмож-

ность избежать хаоса и начать жизнь с чистого листа, доля желающих воспользоваться этой возможностью не достигала и 20 %. Тот же вывод справедлив и для 2019—2021 гг., которые запомнились нам закрытием границ, ограничением межстрановой мобильности, ростом социальной напряженности и ударом пандемии по рынку труда. При этом пик эмиграции, судя по общественным оценкам, пришелся на постпандемийный период, или на вторую половину 2022 г. На сегодняшний день оценки масштабов эмиграции позволяют сделать вывод о стабилизации ситуации: доля тех, кто заметил рост оттока людей из страны, также достигла минимума за весь период наблюдений (с 2013 г.).

**Рис. 2. Хотели бы Вы уехать за границу на постоянное жительство или нет?**  
(закрытый вопрос, один ответ, в % от всех опрошенных)



## САММИТ НА АЛЯСКЕ: ОЦЕНКИ И ВПЕЧАТЛЕНИЯ

22 августа 2025 г.

Прошедший 15 августа на Аляске саммит Россия — Америка стал без преувеличения историческим, подчеркивающим важность прямого диалога между двумя странами в условиях нарастающей международной напряженности. О важности прошедших переговоров говорит и тот факт, что абсолютное большинство россиян информированы о событии (94 %), в том числе больше половины хорошо знают о нем.

Россияне в целом позитивно восприняли результаты переговоров двух глав государств: семь из десяти дают положительную оценку, и только 6 % дали отрицательный ответ. Можно с уверенностью сказать: наши сограждане рассматривают саммит как значимое и успешное событие. Главным позитивным итогом переговоров для россиян оказалось само их проведение и факт личной встречи президентов, именно это чаще всего вызывало удовлетворение. При этом важными моментами также назывались поведение и выступление Владимира Путина, его твердая позиция, подчеркнутое взаимоуважение лидеров и атмосфера «разговора на равных». Часть россиян связывает переговоры с надеждой на движение в сторону мира и урегулирования конфликта, а также с укреплением международного статуса России.

Большинство россиян видят в переговорах реальный шаг к приближению завершения конфликта: сам факт состоявшегося диалога лидеров становится символом возможного продвижения к урегулированию российско-украинского конфликта. Такая оценка отражает высокий общественный запрос на дипломатическое урегулирование и демонстрирует, что россияне связывают большие надежды именно с политическими переговорами.

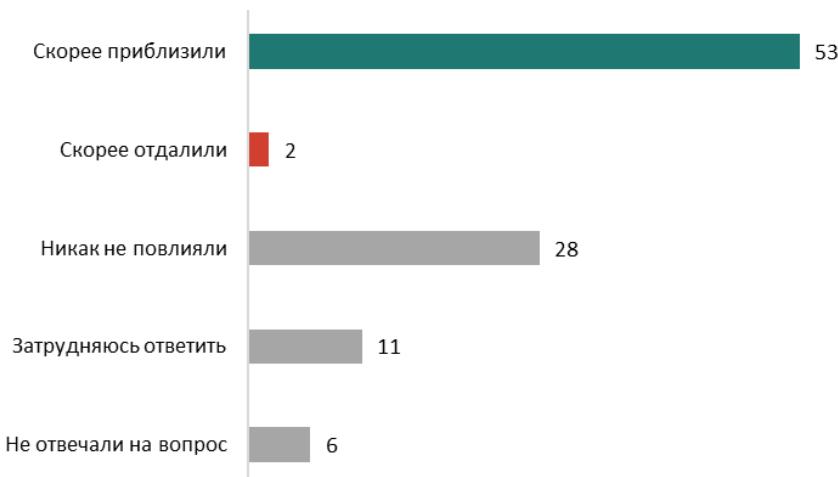
**Рис. 3. Как Вы оцениваете результаты этих переговоров для России:  
в целом положительно или в целом отрицательно?  
(на вопрос отвечали информированные о переговорах,  
сделан пересчет от всех опрошенных, % от опрошенных)**



**Рис. 4. На Ваш взгляд, прошедшие переговоры скорее приблизили или скорее отдалили завершение российско-украинского конфликта?**

**Или, может быть, никак не повлияли на ситуацию?**

**(на вопрос отвечали информированные о переговорах, сделан пересчет от всех опрошенных, % от опрошенных)**



## СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

НАЦИОНАЛЬНЫЙ МЕССЕНДЖЕР: ОЖИДАНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ .....	168
ДИСПАНСЕРИЗАЦИЯ ДЛЯ ВСЕХ: ПРИЗРАК ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ?.....	170

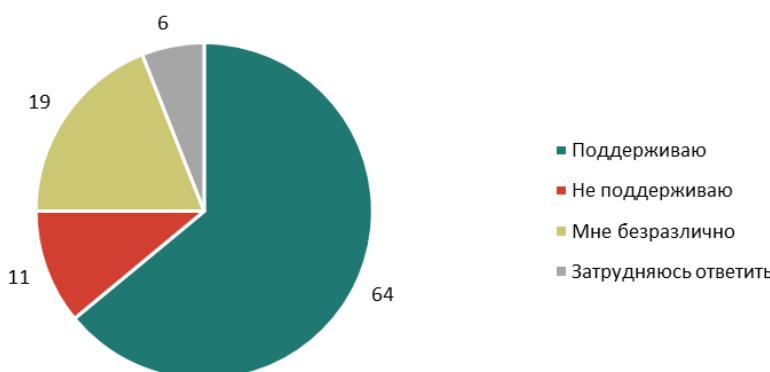
### НАЦИОНАЛЬНЫЙ МЕССЕНДЖЕР: ОЖИДАНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

14—15 июля 2025 г.

Согласно результатам общероссийского опроса, как минимум одним мессенджером пользуется подавляющее большинство (85 %) наших сограждан. Доминирующая функция мессенджеров — поддержание «сильных» социальных связей — с семьей и друзьями, далее следует мониторинг новостей и организация рабочего/учебного процесса. Молодежь ценит многофункциональность мессенджеров и использует их как универсальную платформу для потребления контента и самовыражения. Организация рабочего процесса посредством мессенджеров и мониторинг новостей наиболее актуальны среди аудитории активного трудоспособного возраста.

Запрос на универсальные цифровые платформы имеется не только в молодежной среде: около половины пользователей мобильных приложений (53 %) приветствуют концепцию «единого окна», подразумевающую множество функций в одном сервисе. Для подавляющего большинства российских пользователей идеальный мессенджер — тот, что избавит их от необходимости переключаться между множеством приложений за счет широкого спектра услуг, из которых наиболее востребованы: запись к врачу, вызов такси, ИИ-помощник, доступ к госуслугам, покупка билетов/бронирование и онлайн-заказы. Пользовательский опыт показывает, что сейчас для этих целей нужно иметь от одного до пяти приложений.

**Рис. 1. Как Вы относитесь к идее создания российского национального мессенджера?**  
(закрытый вопрос, один ответ, в % от всех опрошенных)



15 июля 2025 г. Правительство РФ определило национальным мессенджером цифровую платформу МАХ, призванную удовлетворить общественный запрос

на мультифункциональность в цифровой среде. Согласно полученным данным, идея создания национального мессенджера находит поддержку россиян (64%), а о его разработке осведомлены более половины наших сограждан (58%). Новая платформа привлекает россиян вкладом в повышение безопасности данных и технологический суверенитет России: для более чем половины пользователей мобильных приложений и мессенджеров (55%) важно, чтобы их данные хранились на российских серверах. От мессенджера MAX пользователи прежде всего ждут высокое и стабильное качество аудио- и видеозвонков, возможность отправки объемных файлов, доступ к государственным сервисам и функции безопасности и приватности.

**Таблица 1. Для чего Вы используете мессенджеры?**  
**(закрытый вопрос, любое число ответов,**  
**в % от тех, кто пользуется хотя бы одним мессенджером)**

Для общения с родными, близкими, друзьями	85
Для просмотра новостей	49
Для работы/учебы	47
Для совершения личных или рабочих звонков	37
Для обмена и хранения файлов: фото, видео и прочие форматы	35
Чтобы быть в курсе событий в жизни других людей, знаменитостей, блогеров	22
Для публикации личного контента (фото, видео, ведение личного канала)	18
Для просмотра / прослушивания развлекательного контента	2
Другое	1

## ДИСПАНСЕРИЗАЦИЯ ДЛЯ ВСЕХ: ПРИЗРАК ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ?

23—24 июля 2025 г.

В последние годы возможность прохождения диспансеризации активно освещается в медиапространстве, в том числе благодаря информированию населения об инициативах в рамках национального проекта «Продолжительная и активная жизнь». Это уже давно дает свои результаты: например, еще в 2023 г. о возможности диспансеризации слышали 96 % россиян (включая неработающих).

Однако ситуация становится куда более мрачной, если рассматривать не информированность о такой возможности, а реальный опыт диспансеризации, особенно с помощью работодателя, который может не просто предоставить оплачиваемый день для ее прохождения, но буквально провести ее на рабочем месте или (по договоренности) в медицинской организации. Согласно исследованию АЦ ВЦИОМ, только четверть (25 %) работающих россиян проходили в положенное время последнюю диспансеризацию с помощью работодателя. Несколько больше — треть (31 %) — проходили диспансеризацию самостоятельно. Наиболее тревожно то, что почти половина опрошенных (43 %) не проходили такое медицинское обследование вообще. Это отдельная большая проблема: несмотря на то что многие слышали от работодателя о возможности пройти диспансеризацию всем трудовым коллективом по договоренности с медицинской организацией, проходит ее меньше половины работников. На это может быть несколько причин: от непонимания важности процесса и опасений перед медицинскими процедурами до простой нехватки времени.

Невысокие показатели прохождения диспансеризации могут быть объяснены недостаточным объемом информации, идущим от непосредственного работодателя к сотрудникам: по словам самих работников, большинство российских работодателей не стремятся сообщить трудовому коллективу о возможности диспансеризации за счет работодателя. Только 43 % респондентов отметили, что на их рабочем месте им рассказывали о такой возможности. И даже среди работающих на «вредных производствах» лишь половина слышали от своего работодателя о такой возможности, что не сильно превышает средний уровень по стране. Учитывая, что данная опция четко регламентирована и гарантирована действующим законодательством, низкий уровень информирования представляется особенно парадоксальным.

Несмотря на относительно невысокий процент работников, воспользовавшихся возможностью диспансеризации через работодателя, сама идея диспансеризации непосредственно на рабочем месте вызывает в целом позитивную реакцию: 82 % работников выразили желание воспользоваться такой возможностью в будущем. Это говорит о признании важности профилактических медицинских осмотров и заинтересованности в том, чтобы иметь возможность проходить их в удобном формате, не отрываясь от работы. Еще 7 % отметили, что и в дальнейшем предпочтли бы проходить диспансеризацию самостоятельно, вероятно, в силу личных предпочтений или сложившихся привычек (этот вопрос требует более подробного изучения).

**Рис. 2. Если Ваш работодатель в ближайший год организует диспансеризацию прямо по месту Вашей работы, Вы бы пошли на эту диспансеризацию или нет?**  
(закрытый вопрос, один ответ, в % от работающих россиян)



## ОБРАЗ ЖИЗНИ

ЕСТЬ ЛИ ЖИЗНЬ БЕЗ БУМАГИ? .....	172
ОБРАЗ СЕМЬИ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ КИНЕМАТОГРАФЕ .....	173

### ЕСТЬ ЛИ ЖИЗНЬ БЕЗ БУМАГИ?

21 июля 2025 г.

Результаты исследования АЦ ВЦИОМ показывают, что россияне в большинстве своем готовы отказаться от использования бумажных изделий в быту в пользу пластиковых (в случае с посудой и пакетами) и электронных (в случае с чеками и квитанциями) альтернатив. В частности, каждый второй россиянин выразил готовность отказаться от бумажной посуды и пакетов и использовать альтернативные материалы, например пластик (49%). В то же время около трети респондентов сообщили, что и так не используют эти виды бумажных изделий (35% и 33% соответственно). Иными словами, говоря о перспективах минимизации потребления бумаги в быту, следует брать во внимание также тех, кто в принципе не пользуется бумажной продукцией и, вероятно, уже отдает предпочтение аналогам из других материалов.

В общей сложности 82% зумеров уже практикуют отказ от использования бумажной посуды или выражают к этому готовность. Аналогичный показатель для бумажных пакетов среди представителей самого младшего поколения достигает рекордных 89%. Отказ от бумажных чеков, квитанций и пр. представляет собой наиболее перспективное направление: россияне, хоть и привыкли к их использованию, демонстрируют высокую степень готовности к переходу на электронные аналоги. В данном вопросе чуть более выражены поколенческие и потребительские особенности: принимать чеки, квитанции и пр. документы в электронном виде чаще других готовы молодые поколения (зумеры и младшие миллениалы) и россияне с высокими потребительскими возможностями.

В общей сложности отказаться от всего вышеперечисленного — бумажной посуды и пакетов, а также чеков и квитанций — готовы около трети наших сограждан (32%), и это не считая тех, кто ими уже не пользуется.

Таблица 1. Готовность россиян минимизировать потребление бумаги (в %)

Декларируют, что готовы отказаться от бумажной посуды, бумажных пакетов, чеков, квитанций и пр.	32
Декларируют, что готовы отказаться только от 1—2 пунктов: бумажной одноразовой посуды, стаканчиков ИЛИ бумажных пакетов ИЛИ бумажных чеков, квитанций, выписок	52
Не готовы отказаться от рассматриваемых в исследовании бумажных изделий или уже ими не пользуются	13
Затруднились ответить	3

## ОБРАЗ СЕМЬИ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ КИНЕМАТОГРАФЕ

3 июля 2025 г.

Опрос россиян, проведенный АЦ ВЦИОМ, показал, что сегодня при выборе контента о семье зритель ищет баланс между понятностью, узнаваемостью образов и достоверностью, между легкостью восприятия и смысловой глубиной. Его отталкивают клишированность, крайняя идеализация персонажей и их взаимодействий, как и излишняя драматизация. Отвечая на вопрос «Какие семейные сюжеты в кино и сериалах Вам нравятся больше всего?», треть россиян (32%) выбрали комедии о повседневной семейной жизни (среди молодежи 18—24 лет — 43%). Вероятно, речь идет о запросе на легкость и некоторую самоиронию, возможность посмеяться над повседневностью без серьезной драмы. Зрители устали от конфликтов и неопределенности в реальной жизни, хотят видеть на экране позитивную модель семьи. Далее в рейтинге следуют сюжеты, которые дают ощущение единства и партнерства, где семья становится опорой и движущей силой. Это приключенческие сюжеты, где главные герои — супруги или дети (18%, среди 25—44-летних — 24%) и истории о совместном преодолении испытаний (самопожертвование, взаимопомощь ради выживания) (15%). В меньшей мере выражены запросы на трогательные истории любви (только 13% заявили об интересе к ним, однако 18% женщин и 21% 18—24-летних) и семейные драмы с их конфликтами и кризисами (10%, показатель выше в поколении оттепели и среди активных телезрителей — по 15% соответственно).

**Рис. 1. Как часто Вы смотрите российские фильмы и сериалы?**  
(закрытый вопрос, один ответ, в % от всех опрошенных)



Можно предположить, что в следующие 5—10 лет образ семьи в российском кинематографе будет трансформироваться следующим образом. 1) Позиционирование семьи как «фундамента смыслов» — семье будет отводиться роль в воспитании идентичности, гражданственности, патриотизма; 2) Семья как «активный субъект» — возможно, у нее появится своя особая миссия на уровне общества,

нации, истории государства. Фокус смещается от конфликтов и преодолений внутри ячейки к единству и сплоченности перед общим внешним вызовом. 3) Часто героями будут становиться расширенные, многопоколенные семьи (с приемными детьми, пожилыми родственниками и т.д.). 4) Усиление фокуса на эмоциональной вовлеченности отцов, переосмысление их роли в воспитании детей. 5) Повышение возрастной границы главных героев. Возможно, увеличение внимания к темам одиночества пожилых родителей, «второго шанса» / «исправления ошибок молодости», заботы и «обратной ответственности». 6) Рефлексия влияния информационных технологий на уклад семьи: снижение количества и качества живого общения, родительский контроль или его отсутствие, соцсети как новые носители смыслов, формирующих личность. Но в то же время — оценка возможного позитивного вклада в сохранение и укрепление взаимоотношений.

**Рис. 2. Какие семейные сюжеты в кино и сериалах Вам нравятся больше всего?  
Что из перечисленного Вы бы выбрали посмотреть в ближайшие выходные?  
(закрытый вопрос, до двух ответов, в % от всех опрошенных)**

