

# МОНИТОРИНГ МНЕНИЙ

---

## Правильная ссылка на статью:

Мониторинг мнений (ВЦИОМ): сентябрь — октябрь 2025 // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2025. № 5. С. 185—199.

## For citation:

Public Opinion Poll (VCIOM): September — October 2025. (2025) *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 5. P. 185—199.

## МОНИТОРИНГ МНЕНИЙ: СЕНТЯБРЬ — ОКТЯБРЬ 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

### СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РОССИЯН: МОНИТОРИНГ .....	186
БЫСТРЫЕ ДЕНЬГИ ПО-ВЗРОСЛОМУ: ЭВОЛЮЦИЯ МИКРОЗАЙМОВ .....	189

### ОБРАЗ ЖИЗНИ

Я ТОЛЬКО ЖИТЬ НАЧИНАЮ: НА ПЕНСИЮ ПЕРЕХОЖУ! .....	192
ЧЕЛОВЕК И ИСКУССТВО .....	195
ЛЮБВИ ВСЕ ВОЗРАСТЫ ПОКОРНЫ .....	198

Авторы аналитических обзоров: Татьяна Смак, Мария Атаева

Составитель дайджеста: Светлана Бирюкова

**СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ**

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РОССИЯН: МОНИТОРИНГ .....	186
БЫСТРЫЕ ДЕНЬГИ ПО-ВЗРОСЛОМУ: ЭВОЛЮЦИЯ МИКРОЗАЙМОВ .....	189

**ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РОССИЯН: МОНИТОРИНГ**

13 сентября 2025 г.

История бизнеса в современной России непроста: он развивался в условиях экономических трансформаций, неоднозначного общественного восприятия, кризисов и высокой регуляторной нагрузки. Последние 15 лет индекс восприятия предпринимательства уверенно рос и закрепился на высоком уровне, для большинства предпринимательство стало позитивно воспринимаемой частью экономики.

Десять лет назад на вопрос об отношении к частным предпринимателям многие респонденты выбирали ответы «скорее хорошо», оставляя пространство для сомнений, однако сегодня большинство уверенно называет вариант «хорошо», то есть доверие бизнесу в целом стало более определенным. Единственное поколение, чье отношение к бизнесу осталось сдержаным,— это поколение оттепели: видимо, дает о себе знать память о другом экономическом укладе.

Интерес к бизнесу в России в долгосрочной перспективе растет, но колеблется в зависимости от экономической ситуации. За последние 15 лет в России выросла доля тех, у кого уже есть собственный бизнес, сегодня это почти каждый десятый. Но «предпринимательская мечта» перестает быть массовой: новых энтузиастов почти не прибавляется, а число разочаровавшихся заметно увеличилось (тех, кто хотел, но передумал). Большинство россиян по-прежнему предпочитают оставаться с стороне от бизнеса.

При высоком положительном уровне восприятия предпринимательства в обществе в целом готовность лично включаться в бизнес остается ограниченной. Мужчины в этом вопросе значительно активнее, тогда как среди женщин индекс предпринимательской готовности почти в полтора раза ниже.

Наибольшую готовность проявляют миллениалы и поколение цифры, именно они формируют ядро будущего предпринимательства. В то же время у старших поколений показатели снижаются, условный рубеж приходится на 40—45 лет, после которых не только резко сокращается предпринимательский потенциал, но и падает симпатия к бизнесменам.

Фактически предпринимательская инициатива сосредоточена в молодых и средневозрастных группах мужчин, а общественное одобрение бизнеса среди женщин не трансформируется в готовность к личному участию. Можно сказать, женская предпринимательская активность пока остается резервом, который может быть раскрыт при создании специальных условий и программ поддержки или при расширении ниш для женского бизнеса.

Отказ от предпринимательства складывается из сочетания личных и институциональных барьеров. Треть россиян, не желающих открывать собственное дело, объясняют это личными причинами — отсутствием интереса, предпринимательских качеств или необходимых знаний. Заметна и группа объективных ограни-

чений: возраст, здоровье, пенсия. Существенную роль играют и представления о системных барьерах, таких как высокие налоги, инфляция, слабая поддержка государства, высокая конкуренция, конкурентные и бюрократические сложности входа в бизнес. Часть опрошенных не готовы идти в бизнес, потому что не имеют стартового капитала, а также потому что их устраивает текущее место работы.

Иными словами, бизнес зачастую воспринимается как сложная, рискованная деятельность для людей с особым складом характера. Даже при полном отсутствии административных барьеров спрос на него, скорее всего, не станет массовым.

Среди направлений для открытия бизнеса россияне чаще называли торговлю, сельское хозяйство и сферу услуг. Молодые поколения в большей степени связывают свои планы с современными и креативными сферами, дизайном, IT и творчеством, а также общественным питанием. Старшие поколения, напротив, чаще выбирают традиционные форматы (торговля). То есть разные поколения по-разному воспринимают предпринимательство: у одних это стремление к инновациям и самореализации, у других — к стабильности и предсказуемости.

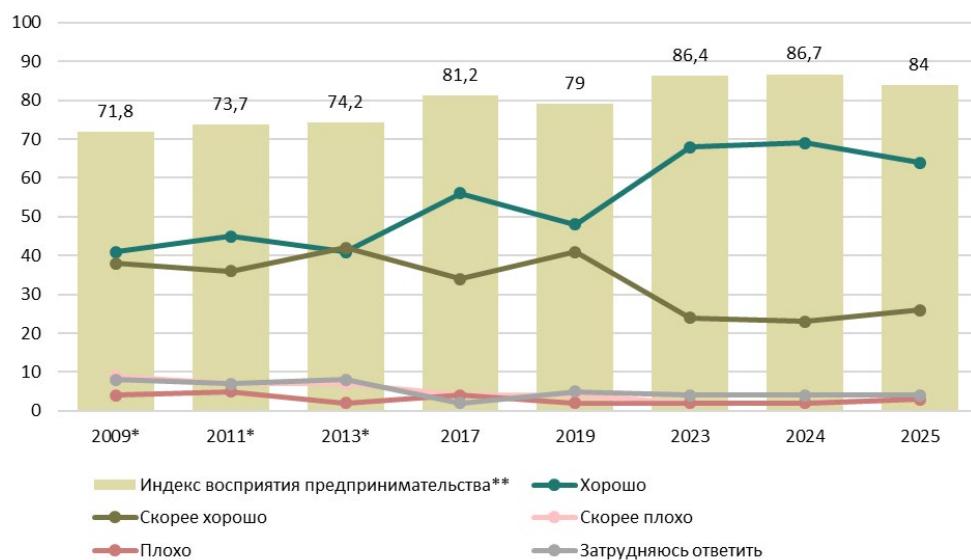
Заметны и гендерные различия: мужчины чаще выбирают технические и производственные направления (строительство, автосервис, деревообработку, IT), женщины — более «сервисные» и «креативные» сферы (салоны красоты, швейное дело, творчество, образование).

Россиян можно разделить на четыре группы, каждая из которых по-разному смотрит на предпринимательство:

1. Бывшие энтузиасты (15%) — те, кто когда-то мечтал о собственном деле, но в итоге отказался от этой идеи. Они хорошо относятся к предпринимателям, но сами уже не готовы рисковать. Максимум таковых приходится на поколение цифры и граждан с очень хорошим материальным положением.
2. Дистанцированные (43%) — это скорее группа поддержки малого и среднего бизнеса. Они позитивно воспринимают предпринимательство, но сами не стремятся к такому пути. В группе больше женщин, людей старшего возраста и жителей небольших городов, сел; людей со средним образованием и ниже, а также со средним уровнем дохода, для которых, видимо, важнее понятная стабильность, чем риск.
3. Практики (10%) — ядро предпринимательства, те, у кого уже есть бизнес или кто занимается открытием своего дела. Среди них больше мужчин, старших миллениалов, людей с высшим образованием и хорошим доходом.
4. Нереализовавшиеся предприниматели (32%) — представители этой группы демонстрируют высокий интерес и готовность к открытию своего дела, но пока не перешли в статус реальных предпринимателей или не закрепились в нем. Часть уже имеет опыт открытия своего дела, а часть планирует приступить к этому. Чаще это мужчины, молодежь (поколение цифры и младшие миллениалы) и жители мегаполисов.

В российском обществе предпринимательство воспринимается все позитивнее, но сами стратегии участия в нем расходятся: кто-то уже реализовал свои амбиции, кто-то остановился на этапе интереса, часть сознательно выбрала дистанцию. Очевидно, что потенциал для дальнейшего развития бизнеса есть, остается открытым вопрос, как его конвертировать в практику.

**Рис. 1. Как Вы в целом относитесь к людям, которые занимаются частным предпринимательством (мелким и средним бизнесом)?**



\* 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.

\*\* Индекс восприятия предпринимательства показывает, насколько позитивно россияне относятся к предпринимателям. Индекс принимает значение от 0 до 100 пунктов, чем выше значение индекса, тем более позитивное отношение к предпринимателям. Ответу «хорошо» присвоен коэффициент 1; ответу «скорее хорошо» — коэффициент 0,7; ответу «скорее плохо» — коэффициент 0,2; ответу «плохо» — коэффициент 0; ответу «затрудняюсь ответить» — коэффициент 0,3.

## БЫСТРЫЕ ДЕНЬГИ ПО-ВЗРОСЛОМУ: ЭВОЛЮЦИЯ МИКРОЗАЙМОВ

19—23 сентября 2025 г.

Сфера микрозаймов за последние годы заняла прочное место в жизни россиян, предоставляя простой и оперативный доступ к деньгам. Сегодня это уже не нишевый продукт, а важный элемент финансового рынка.

В сравнении с замерами 2023 и 2024 гг. портрет заемщика по ключевым демографическим характеристикам остается в целом стабильным, но на фоне увеличения числа клиентов заметны несколько важных сдвигов. Стала выше доля людей старшего возраста, а также увеличилась доля заемщиков с доходами свыше 100 тысяч рублей и тех, кто занимает руководящие позиции. Все больше клиентов приходит из мегаполисов, растет доля жителей столиц — Москвы и Санкт-Петербурга. Кроме того, заемщики демонстрируют большую ответственность и осознанность при оформлении микрозаймов, а проблемы с возвратом средств становятся менее распространенными.

Потенциальные заемщики — по-прежнему люди более взрослые, чем реальные заемщики, среди них выше доля людей с высшим образованием и тех, кто оценивает свое материальное положение как среднее.

На протяжении трех последних лет причины обращения клиентов в МФО изменились мало, но заемщики стали рациональнее и осознаннее. Главным драйвером по-прежнему выступает скорость — возможность быстро получить деньги без лишних формальностей. Высоким остается значение простоты: меньше требований к документам, удобство онлайн-оформления и высокая вероятность одобрения сохраняют свои позиции в рейтинге аргументов. Часть клиентов приходит после отказа банка, но их доля за последний год снизилась.

Одновременно клиенты МФО стали осмотрительнее: все чаще внимательно читают условия займа, заранее думают о возврате и проверяют репутацию компаний: изучают информацию о компании из нескольких источников, обсуждают решение с родственниками. Постепенно снижается импульсивность («беру там, где быстрее ответили»); можно сказать, среди заемщиков медленно, но верно растет финансовая грамотность и ответственность при выборе МФО.

За все время измерений структура целей микрозаймов стала более разнообразной, но остается ориентированной на практические и бытовые нужды. Существенно за это время прибавили медицинские расходы и ремонт (как автомобилей, так и жилья). Медленно, но растет сегмент займов на образование, личные события (свадьбы, юбилеи), а также на открытие или поддержку бизнеса. Иными словами, микрофинансирование постепенно выходит за рамки «деньги до зарплаты». Одновременно снижается число тех, кто не может четко назвать цель займа — значит, использование микрозаймов становится более целевым.

Большинству заемщиков термин «нелегальный кредитор» малознаком: лишь около трети слышали его. Лично сталкивался с ситуациями, которые воспринял как нелегальное кредитование (чаще в виде звонков и рекламы, крайне редко в форме реального займа), каждый пятый.

При этом опрошенные довольно четко понимают, чем легальные игроки отличаются от серых: главным маркером называют отсутствие лицензии и регистрации. Распознают нелегальные схемы не только по формальным признакам,

но и по сомнительным практикам — навязчивой рекламе, скрытым платежам, неправомерным методам взыскания долгов, чрезмерным процентам.

При выборе между более высокой ставкой, но легальным статусом и дешевыми, но нелегальными предложениями большинство выбирает надежность: лицензия для заемщиков важнее низкого процента. При этом понимание рисков не гарантирует полного отказа от серых предложений: почти 40 % опрошенных не исключают, что могут обратиться к нелегальным кредиторам, причем среди реальных заемщиков процент выше, чем среди потенциальных. Вероятно, опыт реального заимствования делает людей более прагматичными и менее настороженными к рисковым источникам денег.

Абсолютное большинство опрошенных знакомы с понятием биометрической идентификации, но используют ее пока немногие. Лишь каждый шестой уже имел опыт использования биометрии. Среди реальных заемщиков доля пользователей биометрии почти двукратно выше, чем среди потенциальных.

Готовность использовать биометрию при оформлении займа выглядит неоднозначной: четверо из десяти заявляют, что не готовы проходить такую процедуру, каждый восьмой уже сдавал, а треть готовы попробовать, даже если ранее не сдавали биометрию. Главный барьер для тех, кто еще не сдавал биометрию, — опасения за безопасность данных: страх утечек, взлома и мошенничества. Гораздо реже звучат недоверие к технологии, нежелание передавать личную информацию, опасение излишнего контроля государства. Почти четверть отметили, что их ничего не останавливает от использования биометрии при получении займов.

**Рис. 2. Возрастная структура текущих и потенциальных заемщиков микрофинансовых организаций (МФО), %**

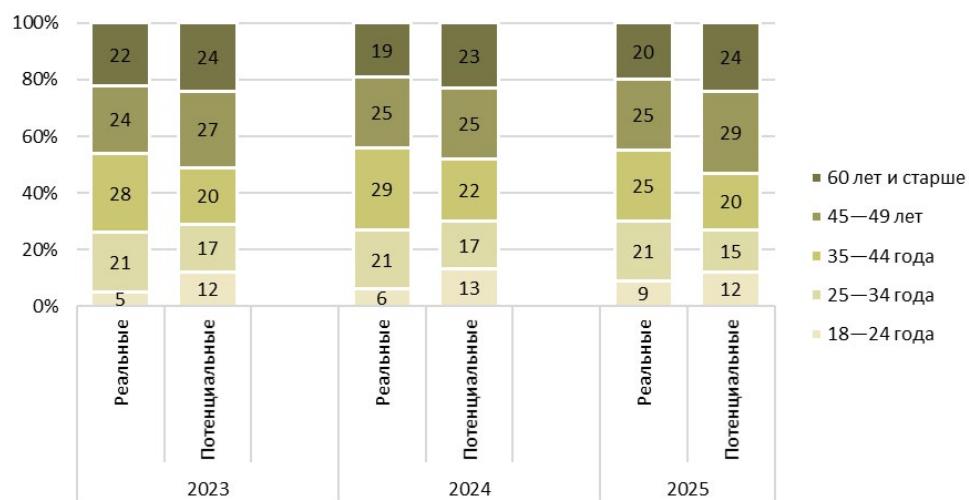
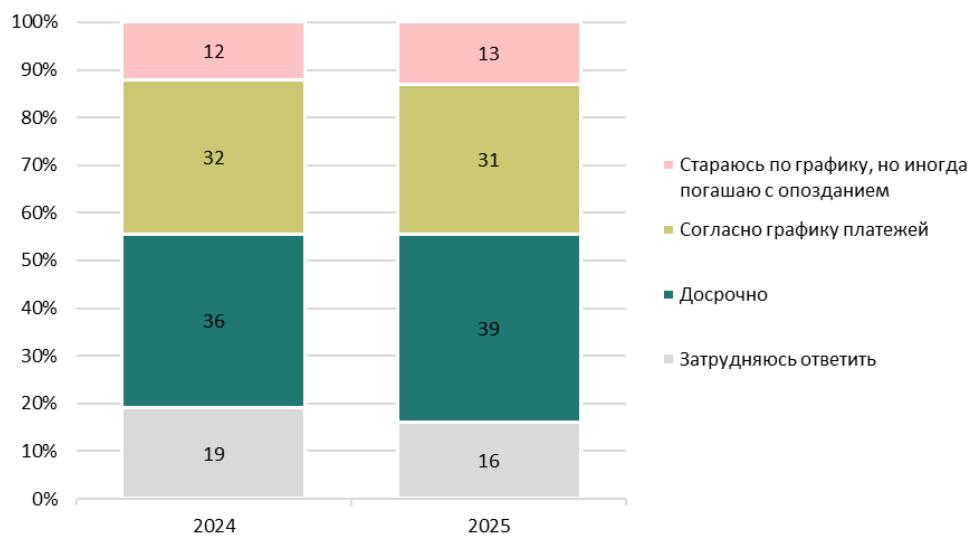


Рис. 3. Как обычно Вы погашаете займы в микрофинансовой организации (МФО)?  
(закрытый вопрос, один ответ, в % от текущих заемщиков)



## ОБРАЗ ЖИЗНИ

Я ТОЛЬКО ЖИТЬ НАЧИНАЮ: НА ПЕНСИЮ ПЕРЕХОЖУ! .....	192
ЧЕЛОВЕК И ИСКУССТВО .....	195
ЛЮБВИ ВСЕ ВОЗРАСТЫ ПОКОРНЫ .....	198

### Я ТОЛЬКО ЖИТЬ НАЧИНАЮ: НА ПЕНСИЮ ПЕРЕХОЖУ!

5 сентября 2025 г.

За полтора последних десятилетия пенсия перестала быть для россиян символом тяжелого времени. Хотя пока еще в общественном мнении продолжают соседствовать оба сценария пенсии — и оптимистичный, и пессимистичный, — тренд последних лет явно позитивный. При этом старшие и совсем младшие поколения неожиданно близки в своих высказываниях: и те и другие все чаще называют пенсию счастливым временем. Страхи сильнее выражены у миллениалов: на их взросление пришлось и начало трудового опыта, и повышение пенсионного возраста, и негативный информационный фон вокруг темы в целом.

Больше других пенсии боятся россияне с низким уровнем дохода: очевидно, что для них это означает сокращение и без того невысоких ресурсов, тогда как чувствующие себя в материальном плане уверенно, напротив, видят в пенсии освобождение от проблем и работы.

Женщины чаще, чем мужчины, воспринимают пенсию как позитивный этап. Возможно, они больше связывают ее с освобождением времени и переориентацией на личные интересы.

В российском обществе, по-видимому, формируется новая норма подготовки к пенсии как к инвестиционному проекту с ранним стартом. Почти треть россиян считают, что надо начинать копить на пенсию еще до 25 лет, еще четверть называет рубеж в 25—35 лет, и новые стандарты задают молодые поколения, которые, с одной стороны, росли в условиях капитализма, экономических вызовов, с другой — на фоне публичной дискуссии о финансовой грамотности и альтернативных сценариях пенсионного обеспечения.

Россияне стали относиться к пенсии pragmatичнее: в последние полтора десятилетия растет процент граждан непенсионного возраста, которые рассчитывают на другие источники дохода после наступления пенсионного возраста. Чем моложе поколение, тем больше оно готово искать или создавать альтернативные источники: у поколения цифры и младших миллениалов ожидание дополнительных доходов на пенсии стало почти нормой. Чаще на «второй кошелек» рассчитывают и мужчины.

Но пока ожидания и реальность не совпадают: на практике большинство пенсионеров не имеют дополнительных доходов, пенсия становится безальтернативным источником. К тому же мужчины и женщины в пенсионном возрасте практически одинаково ограничены в дополнительных доходах, хотя в предпенсионных ожиданиях мужчины проявляют чуть больше оптимизма.

Россияне, которые не рассчитывают на пенсии иметь дополнительный доход, аргументируют это экономическими причинами (нет возможности копить), невысо-

кими запросами (буду жить на пенсию) и пессимистичным видением пенсионного возраста (не доживу / не будет здоровья / отменят пенсии).

Пока россияне молоды и не достигли пенсионного возраста, они выстраивают проактивные стратегии жизни на пенсии. Многие в этой группе рассчитывают, что будут трудиться по профессии или найдут работу полегче. Дача занимает четвертое место. Довольно распространен вариант финансовой подушки: жить на сбережения, получать доход от сдачи в аренду недвижимости или иметь дополнительную пенсию из системы частного пенсионного накопления. Иногда в планах звучат и наследство, и доходы от инвестиций, и даже идея продать жилье и потратить разницу. В целом планы непенсионеров строятся на вере в активность, финансы и инвестиции.

Реальность же менее оптимистична: стратегия пенсионеров, имеющих дополнительный к пенсии доход, скорее адаптационная, — подсобное хозяйство, доступная по силам работа или продолжение работы по профессии, а также помочь детей. При этом наибольший разрыв — в представлениях о финансовой самостоятельности: непенсионеры уверены в накоплениях, сбережениях и доходах от аренды и реже надеются на помочь детей.

Такая разница — не только следствие того, что «молодые» россияне могут переоценивать свои возможности на пенсии. По всей видимости, речь идет о более широких сдвигах, разных социально-экономических кодах старости: уход от советской модели, где пенсия — гарантированный государством финал трудового пути (когда копить на пенсию даже не приходило в голову), где дача «прокормит», а дети помогут, — к новой модели самодостаточной старости. На смену государству и семье в «новой старости» приходят сбережения и инвестиции.

За два десятилетия россияне стали не только более конкретно представлять себе, на какие источники, кроме пенсии, они могут рассчитывать, но и увеличили вариативность в ожидаемых финансовых стратегиях после выхода на пенсию: сбережения, аренда, инвестиции. При этом дача и семейная помощь остаются традиционной составляющей.

Урбанизация заметно влияет на представления о жизни на пенсии: общие для всех стратегии — работа по силам; работать по профессии чаще готовы горожане, на финансы и аренду делают ставку в основном жители мегаполисов, а на подсобное хозяйство — сельчане. На селе в целом представления о жизни на пенсии менее разнообразные и сконцентрированы вокруг земли и работы по силам. При этом довольно неожиданно, что рассчитывают на помощь детей и доходы супруга и жители мегаполисов.

Рост готовности россиян трудоспособного возраста к поиску дополнительных источников существования на пенсии во многом обусловлен устойчивым убеждением, что пенсии, которую они заработают, им не будет хватать. Хотя в текущем замере показатель демонстрирует улучшение: максимума достигла группа тех, кто уверен в будущей пенсии, в целом большинство по-прежнему настроено скептически. Немного больше оптимистов среди молодежи: зумеры и младшие миллениалы верят в будущую пенсию, но, чем ближе к реальному выходу на пенсию, тем выше пессимизм.

**Рис. 1. Какое из следующих двух мнений Вам ближе?  
(закрытый вопрос, один ответ, в % от всех опрошенных)**



\* 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.

## ЧЕЛОВЕК И ИСКУССТВО

15 сентября 2025 г.

В разговоре о предметах искусства российская публика в большей степени отдает автору право решать, что создавать. 71% опрошенных считают, что, создавая предмет искусства, автор должен в первую очередь думать о том, что он сам хочет выразить. Аудитория воспринимает создателя как свободного творца, а не ремесленника. И только 20% убеждены в обратном — он должен приоритетно думать о том, что хочет, ожидает увидеть публика.

Вероятно, неоднозначность такой позиции может быть связана с размытостью понятия «искусство» в наше время. С одной стороны, мы все еще думаем о создании культурного объекта как высшей ценности (и здесь для нас видение автора первостепенно, эта сфера развивается именно благодаря новым идеям и подходам). Мы ждем от автора пояснения, своеобразной инструкции: что он хотел выразить, как нам «читать этот объект искусства». С другой — искусство становится постоянным спутником нашей повседневной жизни. И если раньше, чтобы приобщиться к «высокому», нужно было приложить больше усилий (посетить музей, театр и т.д.), то сегодня достаточно разблокировать экран своего смартфона. И создание трендового контента в социальных сетях (который, как показывают наши исследования, молодежью также воспринимается как объект искусства) — это как раз тот самый пример, когда автор, чтобы быть замеченным, должен учитывать в первую очередь вкусы и пожелания своей реальной или потенциальной аудитории. И главной здесь становится реакция зрителей на контент.

Несмотря на то что большинство признают важность авторской задумки, россияне отстаивают свое право на свободу в интерпретации. Отвечая на вопрос: «Что лично для вас главное в предмете искусства?», уже 44% отмечают, что это смысл, считываемый зрителем. Публика уважает мнение автора, при этом сама решает, как трактовать произведение.

В то же время 43% полагают, что ключевое — смысл, заложенный автором. Это группа с запросом на пояснение контекста создания предмета искусства, его истории и тех деталей, что были сформированы создателем. В подтверждение такой амбивалентной позиции можно привести два подхода к интерпретации предмета искусства в зависимости от его формата.

Первый — признание того факта, что авторская идея — это ключ к пониманию объекта искусства. Создатель задает рамку восприятия, а уже конкретными мыслями ее наполняет зритель в зависимости от личных жизненных обстоятельств и эмоционального состояния, культурного опыта, социального и политического контекста. Это в большей степени касается классических форм и объектов искусства.

Второй — что автор перестает влиять на предмет искусства еще до его завершения. Публика в какой-то момент становится полноправным участником процесса создания такого объекта (перформансы, цифровые и интерактивные проекты). И интерпретация — это уже личное дело каждого зрителя или участника процесса.

Роль автора в создании современных произведений искусства рождает споры. Кто «владеет» смыслом, если действия аудитории (или даже алгоритма) встроены в процесс создания объекта? Как оценить стоимость такого произведения?

Достойно ли такое искусство вообще быть частью музейных коллекций и кого фиксировать как автора для учета?

Искусство как явление становится многогранным и неоднозначным, что приводит к некоторому «культурному расколу» между целыми поколениями.

Поколения старших и младших миллениалов и поколение цифры сходятся во мнении, что искусство может быть уродливым и даже шокирующим (от 54 до 72 % по группе, в среднем по выборке так считают 42 %). Они легитимизируют право произведений бросать вызов, провоцировать, создавать дискомфорт. Это связано в первую очередь с особенностями их цифровой жизни. На фоне избытка публикаций в социальных сетях, уведомлений от мессенджеров и предложений от других источников информации шок стал обычным элементом коммуникации. Только так можно привлечь внимание уставшего от постоянного скроллинга потребителя контента. Красота становится обыденной, стандартизированной. Куда важнее впечатления, эмоции, гонка за трендами.

Эти поколения выросли в парадигме культурного релятивизма, когда классическая эстетика перестает быть единственным возможным выбором, предоставляемым место перформансам, инсталляциям и цифровым форматам. Искусство для них — площадка для дискуссии.

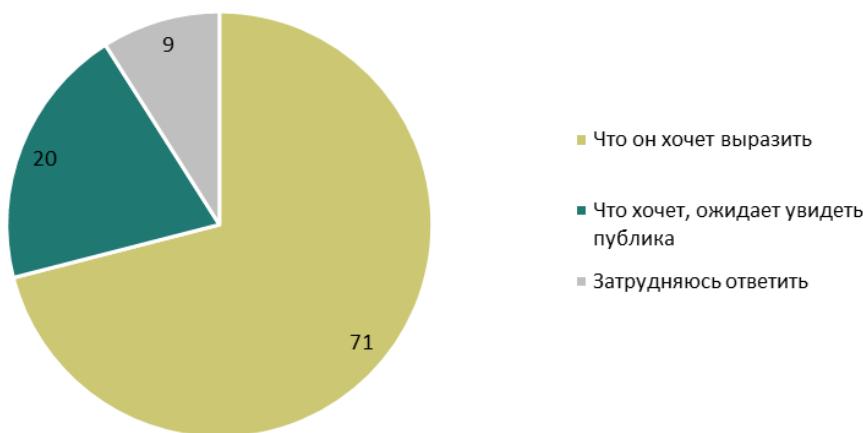
Среди молодых поколений выше доля тех, кто считает, что смогут жить без искусства (31—32%, в среднем — 24%). Вероятно, на это повлияли условия, в которых ониросли (кризисы 1990-х, 2008, 2014 годов, пандемия). На первый план вышли другие потребности: психологическая устойчивость, стабильность, доход. Искусство же становится вторичным, фоном существования, а не самоцелью. Другими словами, это опциональная возможность для обогащения своей жизни, но не потребность.

Начиная с реформенного поколения (родившиеся в 1982 году и ранее) респонденты отстаивают мнение, что предмет искусства должен быть только красивым (от 52 до 64 % по группе, в среднем по России — 45 %). Возможно, данное восприятие связано с условиями социализации этих поколений. В советское время роль искусства была в том, чтобы нести красоту, быть «эстетической нормой», примером гармонии. Оно воспринималось как украшение жизни, компенсировало фон «бытовой серости». В связи с этим шокирующие форматы ассоциируются скорее не с попыткой автора выразить себя и свое мироощущение, а с попыткой нарушить нормы, вплоть до оскорблений чувств.

Старшие поколения также чаще считают, что без искусства жить нельзя (70—74%). Вероятно, оно воспринимается как некая духовная опора. Но в то же время мы не можем исключать и влияние привычки — в СССР искусство воспринималось как важная часть воспитания. Посещение театра, кино, чтение литературных произведений считались некоторым обязательным минимумом культурного человека.

Несмотря на разнообразие форм и подходов, искусство продолжает быть социальным и культурным фундаментом. Так, большинство россиян заявили, что люди не смогут жить без него, оно — неотъемлемая часть их жизни (69 %). Искусство кем-то воспринимается как социальная необходимость, кем-то — как фон для повседневной жизни, поток кодов и символов. Оно неоднозначно и рождает дискуссии о его цели, применимости и восприятии. Главное одно — искусство остается для каждого значимой силой, даже если мы не сходимся в его интерпретации.

**Рис. 2. Создавая предмет искусства, автор должен в первую очередь думать о том...**  
**(закрытый вопрос, один ответ, в % от всех опрошенных)**



## ЛЮБВИ ВСЕ ВОЗРАСТЫ ПОКОРНЫ

21 сентября 2025 г.

В царской России браки с большой разницей в возрасте были обычным явлением, особенно если мужчина имел высокое положение в обществе. В советский период с акцентом на равенство и коллективизм нормы стали сдвигаться в сторону браков ровесников. В постсоветской России подход вновь стал меняться: появлялись союзы, где женщина значительно старше мужчины, и воспринималось это явление как признак свободы выбора. Аналитический центр ВЦИОМ выяснил, как современное российское общество оценивает неравные по возрасту союзы.

Условным социальным стандартом сегодня по меркам россиян является разница в возрасте до десяти лет: все, что больше, уже вызывает сомнения. Мнение, что возраст не имеет значения, оказалось не так популярно, то есть в обществе все-таки сформированы ожидания насчет «правильной пары» (близкий возраст, равенство опыта и общие горизонты).

Союзы с разницей в возрасте партнеров в 15—20 лет и более для большинства скорее проблема, чем норма (хотя и это мнение популярно). Особенно критично к таким союзам относятся представители старших поколений.

Женщины чаще устанавливают возрастные рамки. Они чаще видят приемлемым рубежом разницу в десять лет и чаще говорят о большой разнице в паре как о проблеме. Мужчины же занимают более лояльную позицию, реже видят в этом проблему и чаще считают допустимой для отношений разницу в возрасте более десяти лет. Видимо, это следствие исторически сложившейся легитимации права на более молодую партнершу. Для мужчин молодая партнерша — символ статуса, власти, тогда как для женщины при любом раскладе это репутационный риск, общество скорее обвинит ее (а не мужчину) или в расчете, или в несерьезности.

Поколенческие различия отражают культурно-исторический контекст. В наибольшей степени толерантны к большим возрастным разницам миллениалы — те, на чью молодость пришлись 1990-е и 2000-е годы — время либерализации нравов. Для старших поколений характерна критичность, большую разницу в возрасте они воспринимают как проблему. Их опыт формировался в условиях советского брака, союза равных не только по социальному статусу, но и по возрасту. Более критичным в вопросе разницы в возрасте оказалось и поколение цифры, выросшее в более консервативной в сравнении с миллениалами культурной среде.

В российском обществе заметен двойной гендерный стандарт относительно разницы в возрасте. Мужчина старше женщины — часто приемлемый сценарий: даже если он в чем-то нежелателен, с ним скорее готовы мириться; но женщина старше мужчины — это уже вызов традиционным ролям, и потому чаще осуждается.

Молодые поколения к обоим сценариям относятся терпимее, а старшие поколения видят в таких союзах нарушение социальных правил, особенно когда женщина берет на себя нетипичную роль старшего партнера. Большая терпимость в целом свойственна также и мужчинам, особенно если речь идет о паре, где рядом с мужчиной женщина гораздо его моложе.

Чаще других непривычным для российского общества оказывается сценарий, где сильно старше женщина, но его поддерживает поколение цифры, которое одновременно с этим считает большую разницу в возрасте проблемой для брака. Это

не столько противоречие, сколько разговор о ценностях. У молодежи есть запрос, с одной стороны, на равенство и симметричность в паре, с другой — на толерантность к разнообразию жизненных сценариев и свободу выбора.

На отношение к большой возрастной разнице в паре заметно влияют сложившиеся в российском обществе гендерные ролевые модели. И хотя большинство опрошенных скорее исключают для себя отношения с партнером сильно старше или младше, ответы мужчин и женщин ощутимо различаются. Женщины чаще допускают союз с более старшим партнером, но практически исключают для себя отношения с младшими мужчинами. Мужчины, напротив, значительно более открыты к партнерству с женщиной помладше, но осторожнее в ситуации, когда старше партнерша. Налицо культурный стереотип, согласно которому союз «он старше, она моложе» считается нормой, такой «неравный брак» исторически был легитимирован, тогда как обратный сценарий зачастую подвергается стигматизации, ведь он ставит под угрозу одну из главных функций брака — продолжение рода.

Молодые поколения чаще видят неприемлемым для себя вариант вступить в отношения с партнером, если есть разница в возрасте (в любую сторону), тогда как старшие, напротив, демонстрируют большую гибкость. Возможно, в данном случае различия связаны с уже полученным жизненным опытом — личным или в кругу знакомых.