

Правильная ссылка на статью:

Мониторинг мнений (ВЦИОМ): июль — август 2026 // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2026. № 4. С. 147—154.

For citation:

Public Opinion Poll (VCIOM): July — August 2026. (2026) *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 4. P. 147–154.

МОНИТОРИНГ МНЕНИЙ: ИЮЛЬ — АВГУСТ 2026

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

РОССИЯ — КИТАЙ: ВЧЕРА И СЕГОДНЯ.....	148
ДЕНЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО ФЛАГА РФ — 2026	150

СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

ПЛАТФОРМЕННАЯ ЗАНЯТОСТЬ В РОССИИ.....	151
НЕПРЕРЫВНОЕ ОБУЧЕНИЕ: ОТ ЛОЗУНГА К ДЕЙСТВИЯМ	152

ОБРАЗ ЖИЗНИ

ЧТО НАША ЖИЗНЬ? ИГРА!	153
ДОРОГА, КОТОРАЯ ВЕДЕТ К ОНЛАЙН-ХРАМУ.....	154

Авторы аналитических обзоров: Татьяна Смак, Людмила Карпова, Олег Маврин, Яна Ширяева
Составитель дайджеста: Ольга Якимова

ПОЛИТИКА

РОССИЯ — КИТАЙ: ВЧЕРА И СЕГОДНЯ.....	148
ДЕНЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО ФЛАГА РФ — 2026.....	150

РОССИЯ — КИТАЙ: ВЧЕРА И СЕГОДНЯ

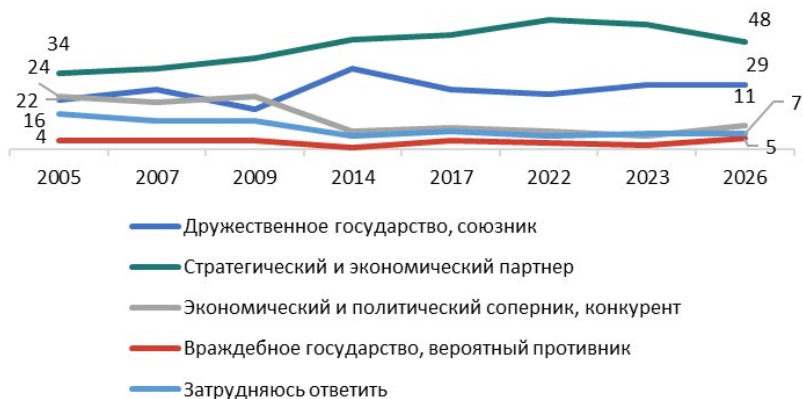
19 августа 2026 г.

Согласно полученным результатам, в образе Китая у россиян преобладают положительные и нейтральные ассоциации. Ядро составляет сильная экономика и производственная мощь (60 % ответов). Лишь у немногих Поднебесная ассоциируется с дешевыми и некачественными товарами, что отражает скорее устаревший стереотип, чем современный образ Китая. Несмотря на рост популярности этого туристического направления среди россиян, туристический образ Поднебесной в массовом сознании сформирован гораздо слабее, чем образ промышленной державы (всего 8 % ответов). Второй по популярности пласт ассоциаций — культура и история (47 % ответов). Для многих наших сограждан страна предстает древней цивилизацией с богатым культурным наследием и узнаваемыми символами (Великая Китайская стена, национальная кухня, китайский чай, драконы и пр.). Местные жители занимают скорее периферийное место в образе Китая (19 % ответов). При этом россияне в целом склонны воспринимать китайцев позитивно (трудолюбивые, доброжелательные, вызывающие восхищение). Персонифицированный образ Китая сконцентрирован вокруг двух политических лидеров — действующего главы КНР Си Цзиньпина и главного символа революционного прошлого Китая, основателя КНР Мао Цзэдуна. В российском обществе сложился устойчиво благоприятный образ Китая. Более половины наших сограждан относятся к стране скорее положительно, около трети — нейтрально. На протяжении последних двух десятилетий россияне все чаще отмечали, что их мнение о Китае изменилось в лучшую сторону: к середине 2020-х годов об этом говорит уже каждый второй. Безразличие к Китаю в 2026 г. достигло минимума за весь период наблюдений, что свидетельствует в том числе о росте общественного интереса к стране.

Рис. 1. Как Вы в целом относитесь к Китаю?
(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



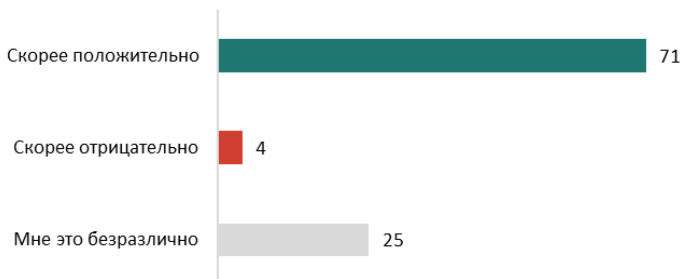
Рис. 2. Как Вам кажется, кем сегодня является для России Китай?
(закрытый вопрос, один ответ, в % от всех опрошенных)



ДЕНЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО ФЛАГА РФ — 2026*20 августа 2026 г.*

Для большинства россиян флаг является эмоциональным и безусловно положительным символом. Самая частая ассоциация с ним — гордость, ее называют четверо из десяти, и этот вариант лидирует с большим отрывом. Далее возникают образы Родины и России, патриотизма и любви к стране, радости и уважения. В ответах также звучат темы истории, силы, величия, стабильности и надежды. Большинство россиян согласны с тем, что флаг напоминает каждому об общей истории и будущем. Россияне также придерживаются мнения, что флаг выходит за рамки политики и способен вызывать у людей чувство гордости независимо от политических убеждений. Семь из десяти россиян позитивно относятся к использованию российского флага в частном пространстве, например на домах, балконах, окнах или у ворот, в праздничные и значимые дни. Еще четверть относится к таким ситуациям нейтрально, а негатив встречается в единичных случаях. Таким образом, кроме образа государства для россиян флаг стал еще и образом общей исторической судьбы, гордости за страну и национальных достижений.

Рис. 3. У некоторых россиян дома есть флаг России, и они вывешивают его, например, у ворот дома, на балконе, в окне в значимые события, праздники. Скажите, как Вы к этому относитесь: скорее положительно, скорее отрицательно или Вам это безразлично? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

ПЛАТФОРМЕННАЯ ЗАНЯТОСТЬ В РОССИИ.....	151
НЕПРЕРЫВНОЕ ОБУЧЕНИЕ: ОТ ЛОЗУНГА К ДЕЙСТВИЯМ	152

ПЛАТФОРМЕННАЯ ЗАНЯТОСТЬ В РОССИИ

21 июля 2026 г.

Платформенная занятость привлекает почти каждого второго россиянина (44%). Однако оснований говорить о вытеснении традиционных трудовых отношений пока нет: 56% наших сограждан не рассматривают для себя работу через различные онлайн-сервисы. Среди подразумевающих платформенную модель в собственной трудовой траектории 62% называют ее способом подработки или дополнительного заработка, и только 16% расценивают как основную работу. Важно отметить, что эти показатели не отражают реальный текущий опыт и больше говорят о готовности работать в таком формате в будущем. Интерес к платформенной занятости различается в зависимости от возраста. Наиболее привлекательной ее считает молодежь (65% в группе 18—24 года, 57% — в группе 25—34 года). Чем выше по возрастной шкале, тем ниже интерес к такому формату работы (в группе 60 лет и старше — лишь 29%). Различия заметны и по другим социально-демографическим показателям: платформенная занятость привлекательнее для мужчин, чем для женщин (47% против 41%) и для жителей городов-миллионников (56%, за исключением Москвы и Санкт-Петербурга — 48%), чем для жителей средних и малых городов (45%) и села (34%). Топ характеристик, которые приписывают платформенной занятости: удобная (40% россиян), временная (28%), вынужденная (22%), компромиссная (20%). Лишь 14% считают такой формат оптимальным.

Рис. 1. Вы рассматриваете работу через онлайн-сервисы скорее...
(закрытый вопрос, один ответ, % от рассматривающих платформенную занятость)

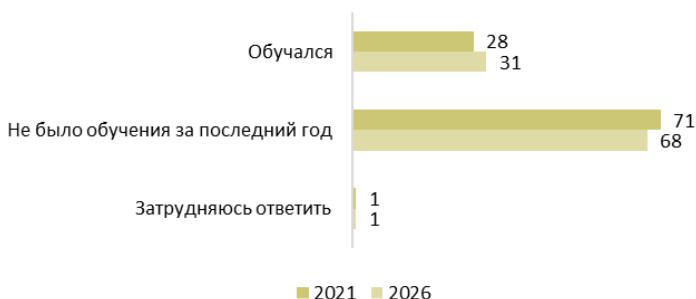


НЕПРЕРЫВНОЕ ОБУЧЕНИЕ: ОТ ЛОЗУНГА К ДЕЙСТВИЯМ

18 августа 2026 г.

За последние пять лет во взглядах россиян на непрерывное образование мало что изменилось. Большинство — семь из десяти — наших сограждан по-прежнему придерживаются мнения, что обучение нужно проходить как минимум раз в несколько лет, в том числе более трети опрошенных убеждены, что осваивать новые навыки следует ежегодно. Впрочем, высокая декларируемая ценность непрерывного образования вовсе не означает столь же высокой вовлеченности в образовательные практики: за последний год различного рода обучение (в том числе лекции, вебинары, стажировки, не предполагающие выдачу диплома или сертификата) проходили трое из десяти наших сограждан. Предпочтение по большей части отдается освоению прикладных, в том числе цифровых (программирование, работа с искусственным интеллектом) навыков. Значительно реже в качестве значимого образовательного опыта опрошенные отмечают развитие так называемых мягких навыков — саморазвитие, личностный рост, управленческие компетенции и пр. На фоне остальных выделяются жители обеих столиц. Каждый второй москвич и петербуржец недавно проходил обучение, примерно столько же планируют научиться чему-то новому в ближайший год. При этом высокий темп столичной жизни вовсе не означает, что предпочтение отдается «быстрому» обучению; вопреки ожиданиям, однодневные курсы столичные жители выбирают реже остальных. По-разному складываются образовательные траектории у молодых и старших поколений. Наряду с зумерами активно продолжают учиться старшие миллениалы и представители реформенного поколения.

Рис. 2. Скажите, за последний год (последние 12 месяцев) Вы проходили какое-то обучение, связанное или не связанное с работой, — курсы, лекции, стажировки, вебинары, в том числе те, которые не предполагают дипломов или сертификатов, или не было такого обучения за последний год? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



ОБРАЗ ЖИЗНИ

ЧТО НАША ЖИЗНЬ? ИГРА!	153
ДОРОГА, КОТОРАЯ ВЕДЕТ К ОНЛАЙН-ХРАМУ	154

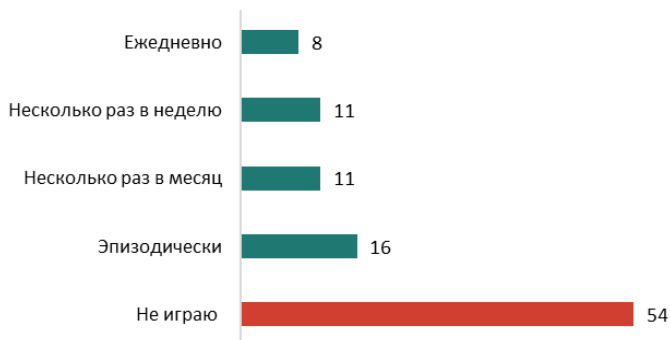
ЧТО НАША ЖИЗНЬ? ИГРА!

20 июля 2026 г.

Сказать, что интеллектуальные игры хорошо известны россиянам, скорее нельзя: назвать конкретные примеры смогли лишь немногим больше половины. Чаще всего с играми «на подумать» ассоциируются шахматы, заметно реже вспоминают sudoku, кроссворды, маджонг, пазлы, словесные игры и квизы. При этом ответы выдают опыт разных поколений: «Что? Где? Когда?» лучше других знают те, кто застал телевизионный расцвет интеллектуального казино, — реформенное поколение и миллениалы. Миллениалы также чаще вспоминают «Свою игру», а ставшие не так давно популярными sudoku легче вспоминают зумеры. Хотя осведомленность о конкретных играх не растет, проводить досуг «с умом» наши сограждане за последние пять лет стали чаще. Среди зумеров и младших миллениалов почти треть еженедельно коротают время за такими развлечениями. Они не только играют чаще, но и арсенал игр у них богаче: шахматы, шашки, sudoku, нарды, монополия, кроссворды, слова, маджонг, покер и другие карточные и настольные игры.

С возрастом игровая активность резко сокращается, выбор интеллектуальных игр становится более традиционным: на первый план выходят sudoku, кроссворды, сканворды и словесные задачи. Шахматы, шашки и sudoku можно назвать универсальным вариантом, общим для разных поколений. При этом на предложение сыграть в шахматы скорее откликнутся мужчины, а женщин будет легче заинтересовать словесными играми. Очные встречи остаются самым распространенным форматом интеллектуальных игр, но постепенно они уступают дистанционной игре, тогда как привычка играть в одиночку — с приложением или программой — так же популярна, как и пять лет назад. Но в целом виден тренд на дистанционность: на фоне цифровизации и развития онлайн-форматов личное присутствие партнера становится все менее необходимым.

Рис. 1. **А Вы играете или не играете в интеллектуальные игры? Если играете, то как часто?**
(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



ДОРОГА, КОТОРАЯ ВЕДЕТ К ОНЛАЙН-ХРАМУ

13 августа 2026 г.

По сравнению с 1993 г. личная значимость религии выросла: доля тех, для кого она важна, увеличилась на 9 п. п. При этом наиболее высокий показатель значимости религии фиксировался в 2023 г. — 40%. С возрастом роль религии в жизни россиян растет. Если среди молодых людей она важна лишь для каждого четвертого (24% среди зумеров и младших миллениалов), то в самом старшем поколении — для каждого второго (50%). Чаще всего россияне узнают о религии из разговоров с родственниками, друзьями и коллегами — 28%. Для молодежи этот канал особенно значим и остается главным способом передачи религиозных представлений. На втором месте — новости и программы на телевидении (26%), замыкают тройку социальные сети и мессенджеры (18%). Далее следуют книги и религиозные тексты (14%), другие интернет-сайты (11%), а также видео и подкасты (10%). Церковные источники тоже играют заметную роль, но охватывают более узкую аудиторию. Личное общение со священниками и религиозными деятелями назвали 17% опрошенных, столько же — посещение религиозных мест и мероприятий. Еще 10% получают информацию через общение с верующими и членами религиозных общин, а 7% — через официальные сайты, группы храмов, монастырей и религиозных организаций.

Отношение россиян к религиозной жизни в интернете остается сдержанным. Большинство опрошенных — 61% — считают, что онлайн-участие в службе или другом религиозном действии не может заменить личного присутствия и дать такое же чувство духовной причастности. Еще 14% полагают, что такой опыт возможен, но в более слабой форме, и только 6% уверены, что интернет способен в полной мере дать то же чувство вовлеченности, что и очное участие.

Рис. 2. Как Вы думаете, участие в религиозной службе или другом действии онлайн, в интернете может или нет дать человеку такое же чувство духовной причастности, как и личное присутствие? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)

