

Но находят защиту в книгах, кино и страховых продуктах

«Ингосстрах» совместно с холдингом ON Медиа (управляет онлайн-кинотеатром КИОН, билетным сервисом Ticketland и другими активами МТС в сфере развлечений) провел исследование, которое показало: россиян в первую очередь тревожат здоровье семьи и будущее детей – эти страхи опережают даже тревоги, связанные с экономической нестабильностью и возможностью потери имущества.

По данным опроса, более половины (51%) россиян называют стресс своим частым спутником, еще 31% опрошенных беспокоятся о будущем подрастающего поколения. Чтобы справиться с напряжением, россияне выбирают сериалы, детективные триллеры, комедии, книги-антиутопии, которые помогают отвлечься от тревог и становятся «цифровым обезболивающим».

28% опрошенных признались, что ощущают стресс как минимум несколько раз в неделю. Женщины (28%) чаще мужчин (18%) отмечают высокий уровень тревожности, а самой уязвимой возрастной группой оказались молодые люди 25-34 лет: ежедневно стресс испытывают 33% опрошенных этой категории. Среди приоритетных жизненных ценностей респонденты выделили благополучие семьи (45%) и будущее детей (31%).

Наиболее частыми причинами беспокойства оказались страх заболеть самому или волнение за здоровье близких, а также неопределённость в будущем (по 36% опрошенных отмечали оба этих фактора). Цифровые угрозы вызывают тревогу чаще у молодых респондентов (18-24 года), но разница с другими возрастами не критична. Для этой же группы больше характерен страх попасть в автомобильную аварию, тогда как у респондентов старше 45 лет такие опасения встречаются реже. Тревога за свое здоровье и здоровье близких действительно несколько выше у старшей возрастной группы (55-65 лет) и составляет 37%. Страх экономического кризиса выражен главным образом среди молодежи (14%).

Что читают и смотрят россияне для снижения стресса

В качестве способов справиться со стрессом россияне чаще всего выбирают просмотр видеоконтента и общение с близкими (по 30%). Лидерами среди антистресс-контента стали сериалы (61%) и комедии (55%).

«В эпоху неопределенности люди ищут способы контроля событий вокруг себя. Медиапотребление становится своего рода “цифровым обезболивающим”: онлайн-пространство стало повседневным фоном, а офлайн-досуг – точкой интенсивных эмоций, будь то концерт или спектакль. Балансируя между этими форматами, люди создают для себя экосистему поддержки и восстановления, где каждый может найти собственный способ позаботиться о себе и близких, снять стресс и отвлечься», – отмечает Алексей Арефьев, директор по управлению продуктовым портфелем холдинга ON Медиа.

К примеру, востребованность антиутопий резко выросла, доказывает аналитика книжного сервиса КИОН Строки: в 2025 году россияне проводили за чтением и прослушиванием книг этого жанра в 3,7 раза больше времени, чем в 2024. Самой активной аудиторией оказались люди 35–54 лет, а абсолютным лидером по популярности стал роман Яны Вагнер «Тоннель».

Схожий тренд отмечен и в видеоконтенте: детективные триллеры стабильно помогают россиянам справиться со стрессом (доля поклонников жанра составляет 47%). За последние полгода на КИОН самыми просматриваемыми триллерами стали «Бар “Один звонок”», «Резервация» и «Тоннель».

«Фильмы ужасов и триллеры могут благоприятно влиять на психику благодаря ряду механизмов. Во время просмотра выделяются адреналин и дофамин, вызывая эмоциональный подъём, ощущение контроля и удовольствие от безопасного переживания сильных эмоций. Это помогает разрядить накопленный стресс, улучшить настроение, снизить напряжение и даже ускорить обмен веществ. При этом важно учитывать индивидуальные особенности и текущее состояние: при осознанном и умеренном просмотре такие фильмы способны поддерживать психическое равновесие и эмоциональный баланс», – сообщила Виктория Чан, психолог «Виртуальной клиники» компании «Ингосстрах».

Страхование как способ снизить тревожность

Отношение к страхованию оказалось положительным преимущественно среди молодежи 18-24 лет, однако в этой группе и самая высокая доля тех, кто мало осведомлён о

страховых продуктах (21%). Добровольная медицинская страховка оформлена у 26% опрошенных, ещё 34% считают её выгодной и полезной.

По данным аналитики, 30% всех опрошенных согласились с тем, что страхование помогает снизить уровень тревожности.

«Современные страховые продукты – это важный инструмент управления повседневными переживаниями. Когда у человека есть понятный механизм поддержки на случай непредвиденных ситуаций, он чувствует себя увереннее и спокойнее. Мы видим, что особенно у молодой аудитории сохраняется интерес к страхованию, но при этом не хватает знаний о его возможностях. Это говорит о большом потенциале для развития страховой культуры: чем лучше люди понимают, как работает защита, тем сильнее снижается уровень неопределенности и тревожности. Повышение финансовой грамотности и доступное объяснение страховых инструментов – одна из наших ключевых задач, над которой мы системно работаем», – отметил Владимир Храбрых, заместитель генерального директора по розничному бизнесу «Ингосстраха».

Википедия страхования, 16.04.2026 г.