

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
**«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СТРОИТЕЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

Кафедра социальных, психологических и правовых коммуникаций

Иванова З.И.

**КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ И КАЧЕСТВЕННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ
ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, СВЯЗАННОГО С
ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТЬЮ И ИЗМЕНЕНИЕМ КЛИМАТА**

Учебное пособие

Москва, 2021

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ОБРАЗОВАНИЯ И
ТЕХНИКИ
УНИВЕРСИТЕТ
ОБРАЗОВАНИЯ И
ТЕХНИКИ

УДК 574; 303+ 316
ББК 60.56
С69

Иванова З.И. Количественные и качественные исследования поведения потребителей, связанного с энергоэффективностью и изменением климата: учебное пособие для студентов направлений подготовки «Градостроительство», «Строительство», «Архитектура», «Государственное и муниципальное управление» / М-во науки и высшего образования Рос. Федерации, Нац. исследоват. Моск. гос. строит.ун-т; Москва : 2021. —

В учебном пособии представляются методология и методы количественного и качественного исследования поведения горожан, связанного с энергоэффективностью и изменением климата. Дается типология поведения по отношению к изменению климата, отмечаются факторы, воздействующие на выработку того или иного типа поведения. Особо выделяются психологические факторы, воздействующие на мотивацию энергоэффективного поведения. Также внимание уделяется обеспечению устойчивого развития города, адаптации городов к изменению климата.

Пособие снабжено методическими рекомендациями по организации лекций и практических занятий, выбору форм контроля и средств обучения. Темы дополнены вопросами для контроля и практическими заданиями. По каждой теме представлен обширный список литературы для изучения.

Для студентов направлений подготовки «Градостроительство», «Архитектура», «Строительство», «Государственное и муниципальное управление».

Учебное пособие подготовлено в рамках работы над проектом ВЕСК («Интеграция образования с поведением потребителей, связанным с энергоэффективностью и изменением климата в университетах России, Шри Ланка и Бангладеш»), финансируемого при поддержке Европейской комиссии. Выводы и мнения, представленные в настоящем документе, отражают только точку зрения авторов, и Комиссия не может нести ответственность за любое использование информации, содержащейся в нем.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Введение	4
2. Цели и предполагаемые результаты обучения	5
3. Календарный план семестра и структура модуля.....	8
4. Стратегии и методы обучения.....	9
5. Формы контроля.....	11
6. Средства обучения.....	12
7. Учебная программа и материалы.....	14
Тема 1. Введение в модуль. Изменение климата и энергоэффективность: глобальные вызовы.....	14
Тема 2. Методология и методика изучения потребительского поведения..	23
Тема 3. Потребительская культура. Бережливая модель поведения.....	35
Тема 4. Количественные методы изучения поведения потребителей, связанные с энергоэффективностью и изменением климата.....	52
Тема 5. Качественные стратегии и методы исследования поведения потребителей.....	63
Тема 6. Психологические методы изучения мотивации потребителей, связанные с энергоэффективностью и изменением климата.....	70
Тема 7. Государственная политика в области энергоэффективности и изменения климата.....	79
Заключение.....	91

Модуль «Количественные и качественные исследования поведения потребителей, связанного с энергоэффективностью и изменением климата» основан на комплексном подходе, охватывающем широкий круг социологических, психологических, культурных, экономических, экологических и урбанистических проблем. Этот подход основан на признании того, что поведение потребителей многогранно. Оно зависит от существующих традиций природопользования, признания ценности природы в культуре, а также от уровня экономического развития страны, технологий производства и использования вида энергии.

Модуль дает знания о ситуации в области изменения климата, о государственной политике энергосбережения и энергоэффективности, управлении ресурсами; о биоклиматической архитектуре и устойчивом развитии городов в России.

В модуле используются новейшие концепции и теории поведения потребителей. Рассмотрены виды и формы поведения потребителей, представлена типология поведения потребителей с учетом этнических, демографических, поколенческих, субкультурных и других критериев, особое внимание уделяется типологии поведения в области энергоэффективности и изменения климата. Типология базируется на данных социологических опросов потребителей разных стран.

Модуль направлен на ознакомление студентов со стратегиями и методами исследования поведения потребителей. Исходя из целей модуля, авторы фокусируются на методах изучения поведения потребителей, связанных с энергоэффективностью и изменением климата. Отдельные темы посвящены характеристике количественных и качественных социологических и психологических методов. Кроме того, изучается лучший европейский опыт исследований и повседневных потребительских практик.

Изучив теоретические подходы и методы социологии и психологии, применимые к изучению всего многообразия проблем, студент должен уметь

применять их в своей будущей профессиональной деятельности для обеспечения устойчивого развития городов.

Модуль адресован на обучающихся по направлениям «Градостроительство», «Строительство», «Архитектура» и всех интересующихся данной темой.

2. Цели и предполагаемые результаты обучения

Цели модуля:

1) Ознакомить студентов с негативными последствиями изменения климата, показать угрозы, которые несет этот процесс.

2) Обратить внимание студентов на взаимосвязь между деятельностью человека и деградацией биосферы, взаимосвязь между потреблением энергии и изменением климата.

3) Предоставлять студентам знания и информацию о том, как решать возникающие проблемы, одновременно стимулируя их творческое мышление, творческий подход и проектную деятельность.

4) Предоставить студентам знания о моделях, типах поведения потребителей в России и других странах; знание методологии и методов изучения поведения потребителей, связанных с энергоэффективностью и изменением климата.

5) Формировать способность исследовать поведение потребителей, используя различные методы информирования горожан для формирования заданных моделей поведения и обеспечения устойчивого развития территорий.

Результаты обучения:

Знания и их применение.

В случае успешного изучения модуля студент будет знать:

- теорию, методологию, количественные и качественные методы исследования поведения потребителей;

- поведенческие культуры и модели поведения потребителей в области энергоэффективности и изменения климата в зависимости от типа культуры, традиционных ценностей, предмета потребления;

- государственную политику в области энергопотребления и изменения климата европейских стран и России;

- формы и каналы информирования потребителей о реальной ситуации в области изменения климата и энергопотребления, европейский опыт информирования и ознакомления;

- методы формирования климатосберегающего и энергоэффективного поведения горожан, европейскую практику воспитательной работы в данном направлении.

Исследовательские навыки

В случае успешного изучения модуля студент будет уметь:

1) применить методы количественных и качественных исследований для изучения поведения потребителей, относящегося к энергоэффективности и изменению климата

2) вести научно-исследовательскую работу на основе приобретенных знаний,

3) выявить потребности различных социальных групп с помощью социологических методов;

4) составить программу социологического исследования, где четко обозначить проблему исследования, отразить ее актуальность и необходимость изучения, определить цели и задачи исследования, сформулировать гипотезу;

5) осуществить необходимую репрезентативную выборку для проведения социологического опроса;

6) подготовить инструментарий для социологического исследования,

7) провести прикладное социологическое исследование с использованием разных методов,

8) провести анализ и интерпретацию полученных данных.

Специальные умения

В случае успешного изучения модуля студент будет уметь:

- 1) применить на практике количественные и качественные методы социальных исследований для изучения поведения потребителей, связанного с энергоэффективностью и изменением климата;
- 2) определять потребности и интересы различных социальных групп с помощью социологических и психологических количественных и качественных методов;
- 3) подготовить инструментарий количественных и качественных социологических и психологических исследований и провести полевое прикладное исследование для решения конкретных задач;
- 4) осуществлять градостроительное проектирование и реализацию проекта, основываясь на знании потребительской культуры городского населения;
- 5) выработать концепцию архитектурно-градостроительного проектирования, опираясь на позитивный европейский опыт;
 - предлагать, основываясь на знании современных социальных процессов, инновационные архитектурно-градостроительные решения в области энергоэффективного строительства;
 - работать в современной информационной среде градостроительной деятельности.

Социальные умения

В случае успешного изучения модуля студент будет уметь:

- осуществлять разработку и реализацию проекта, основываясь на знании поведения различных социальных групп, связанных с энергоэффективностью и изменением климата;
- работать в команде над групповым проектом,
- проявлять внимательное и толерантное отношение к членам команды,
- принимать решения, контролировать свою деятельность, не допускать конфликтов,

- проявлять мотивированное и ответственное отношение к своей профессии.

Личные качества

В случае успешного изучения модуля студент будет уметь:

- самостоятельно и ответственно решать проблемы, оценивать влияние принятых решений на окружающую среду;

- принимать участие в групповых обсуждениях и презентациях в аудитории и в онлайн формате;

- самостоятельно изучать литературу, выбирать направления развития, руководствоваться принципом «обучение в течение всей жизни» (lifelong learning).

3. Календарный план семестра и структура модуля

Номер недели	Наименование модулей, разделов и дисциплин
1,2	Введение в модуль. Изменение климата и энергоэффективность: глобальные вызовы.
3,4	Методология и методика изучения потребительского поведения
5,6	Потребительская культура. Бережливая модель поведения
7,8	Количественные методы изучения поведения потребителей, связанных с энергоэффективностью и изменением климата.
9,10	Качественные стратегии и методы исследования поведения потребителей
11,12	Психологические методы изучения мотивации потребителей, связанные с

	энергоэффективностью и изменением климата
13,14	Государственная политика в области энергоэффективности и изменения климата

Стратегии преподавания и обучения

1. Реализации модуля с использованием ВЕСК-центра (xMOOC) и виртуальной области Moodle:
2. Ориентация на широкий охват слушателей.
3. Свободный и гибкий график обучения.
4. Обеспечение качества учебного процесса и формирование необходимых универсальных и профессиональных компетенций у обучающегося для конкурентоспособности.
5. Ориентация материалов модуля на реализацию принципов непрерывного образования.
6. Ориентация на самостоятельное мышление студентов, инициативу, самоконтроль, участие в студентов в организации онлайн-обучения.
7. Стабильный и подготовленный контингент преподавателей, цифровой профессионализм.

Методы обучения и преподавания курса:

- смешанное обучение;
- перевернутый класс;
- интегрированное аффективное обучение.

Смешанное обучение (FlippedClass) – это сочетание аудиторного обучения с элементами онлайн-обучения, при котором можно использовать аудио и видео, интерактивные элементы, технологии виртуальной и дополненной реальности. Например, проведение лекций в формате MOOK, проведение практических занятий, лабораторных работ, зачетов и экзаменов в аудитории в формате «лицом к лицу». Вопросы к экзаменам, образцы

выполнения проектных заданий, учебные материалы можно выложить на университетскую обучающую платформу или разослать студентам по e-mail. В фазу электронного обучения также можно вынести тестовую проверку знаний.

Перевернутый класс - это модель обучения, при которой преподаватель заранее представляет студенту материал для самостоятельного изучения. Во время аудиторного занятия осуществляется практическое закрепление учебного материала. Модель перевернутого класса предусматривает прослушивание и просмотр аудио- и видеолекций, чтение учебных текстов и знакомство с иллюстрациями, практическими примерами, проверку начальных знаний с помощью тестов.

Интегрированный метод включает в себя компьютерные системы обучения, интеллектуальный анализ больших данных, эффективную систему обучения, доступ к электронным источникам (видео с открытым исходным кодом, симуляторы, такие как калькуляторы и программное обеспечение, а также тематические исследования из лучших университетов мира), самостоятельное обучение в виртуальной среде Moodle (учебные материалы, включая аудиовизуальные материалы, текстовые материалы, интерактивные взаимодействия на форумах для создания учебного сообщества и упражнения с интегрированным механизмом обратной связи), живые мероприятия (видеоконференции)

- *видеолекции с субтитрами* (полностью весь мультимедийный курс или отдельные видео-ролики, охватывающие одну тему лекции или часть лекции) с иллюстративным материалом;

- *видео-практические занятия* (онлайн встреча со студентами в реальном временном режиме). Использование активных методов обучения: обучающие кейсов, деловой игры, метода проектов, метода Brainstorm. Проведение онлайн-дискуссий через систему OpenNetwork и форум-обсуждение групповых проектов. Ориентация на самостоятельное

мышление, инициативу. Формирование навыков научного исследования, творческого труда, умение подготовить презентацию;

- *Самостоятельная работа студентов* включает изучение учебной, методической, справочной и дополнительной литературы по темам, подготовку к практическим занятиям, выполнение групповой работы студентами дневной (очной) формы обучения (образовательное социологическое исследование), а также подготовку докладов для научной конференции. Студенты получают доступ к дополнительным ресурсам, доступным в Интернете, например, в интеллектуальных электронных библиотеках МГСУ, IPRbooks, ScienceDirect, Scopus. Размещение некоторых обучающих материалов на блоге преподавателя.

Разработанные обучающие и методические материалы:

- видео- и аудиофайлы;
- textbook (с таблицами, диаграммами и др.)
- презентации,
- вопросы для экзамена или зачета, самостоятельной подготовки, защиты курсовых работ или эссе, для самостоятельного решения практических задач.
- домашние задания (социологические исследования),

4. Формы контроля

Контроль является необходимым этапом в процессе обучения, он требует тщательного подхода и адекватных поставленным целям методов контроля.

В процессе изучения модуля возможно применение трех видов контроля:

1) Контроль по конечному результату: проверка усвоения тех знаний, которым учили с помощью того же предметного содержания. В этом случае речь идет о предметных тестах, зачетах, экзаменах. Этот тип контроля позволяет определить степень правильности усвоения, объема и глубины знаний, сформированности умений, навыков. Если же проверка осуществляется еще и с учетом таких критериев как обобщенность, автоматизированность, осознанность, то речь идет о тестах успешности.

Такой контроль позволяет выявить уровень психического развития, зафиксировать появление новообразований.

2) *Пошаговый, текущий контроль.* Функция этой формы контроля состоит в выявлении полноты, правильности и последовательности выполнения заданий, выявление причин затруднений и ошибок. Такой контроль осуществляется в процессе обучения и создает возможность своевременной коррекции освоения знаний, позволяет получить информацию об эффективности организации процесса обучения. Пошаговый контроль помимо своей основной функции выполняет еще одну – обучающую.

3) *Прогнозирующий, опережающий контроль.* Этот тип контроля начинает реализовываться еще до начала работы. Он состоит в том, что учащийся сам определяет, из каких этапов будет состоять его работа, что будет составлять первый этап и т.д. Умение самостоятельно учиться предполагает освоение прогнозирующего контроля. В этом случае контроль выполняет помимо контролирующей, обучающей, еще и воспитывающую функцию. Учащийся учится анализировать свои возможности, соотносить их с заданием, планировать и нести ответственность за результат обучения.

6. Средства обучения

Средства обучения являются обязательным элементом оснащения учебных аудиторий, основной базой учебного процесса, обеспечивающей качество обучения.

К средствам обучения относят различные материальные объекты, в том числе, искусственно созданные специально для учебных целей и вовлекаемые в воспитательный и образовательный процесс в качестве носителей учебной информации и инструмента деятельности преподавателя и обучающегося.

Термину средства обучения соответствуют такие понятия как учебное оборудование, наглядные пособия, учебные пособия, дидактические средства.

Выбор средств обучения зависит от целей, содержания, методов и условий учебного процесса.

В процессе преподавания данного модуля рекомендуется использовать электронные средства обучения (ЭСО), среди них особое внимание можно уделить внедрению в учебный процесс цифровых технических средств: видео, телевизионных, компьютерных и интернет средств информатизации обучения.

Электронные методы основаны на следующих принципах:

1. Обеспечение высококачественного содержания модуля, сочетающего в себе разнообразных видов информации для достижения целей модуля;

2. Обеспечение коммуникации обучающихся и возможности представления работ для оценки преподавателем или группой через Интернет;

3. Обеспечение онлайн-поддержки обучающихся в ходе изучения модуля. Все студенты могут использовать виртуальную среду, которая может быть создана в рамках изучения модуля, и где будут расположены учебные материалы и задания студентам.

Возможно также дистанционное электронное обучение с помощью интернет-технологий, с представлением учебного материала в виде видеолекций, видео-материалов для практики, персонализированных заданий и электронных тестов. Возможны обсуждения тем на форуме и подготовка письменных работ. Кроме того, для поддержания обратной связи студенты могут приглашаться для участия в онлайн-дискуссиях, для обсуждения результатов социологических исследований, для взаимной оценки подготовленных работ.

Проверка знаний:

Базируется на поэтапном контроле. Поскольку, у современной молодежи фрагментарное (клиповое) мышление, а также не хватает умения, усидчивости и терпения для освоения большого количества материала, большие объемы информации следует дробить на части, сохраняя их

логическую связь и обеспечивая системную и целостную картину изучаемого объекта. Введение системы 'milestones' – поэтапное подведение итогов изложенного материала с помощью:

- 1) тестирования,
- 2) взаимной проверки студентами знаний друг у друга (общение, обсуждение, сотрудничество). Каждый студент проверяет 3 чужие работы, его работу проверяют 3 других студента
- 3) итоговых экзаменов

Обратная связь:

- 1) Встреча с преподавателем в аудитории по расписанию, консультирование;
- 2) Использование социальных сетей (e.g. Facebook);
- 3) Использование форумов для оперативной связи и консультации;
- 4) Связь со студентами с помощью E-mail.

5. Учебная программа и материалы

Тема 1. Введение в модуль. Изменение климата и энергоэффективность: глобальные вызовы.

Введение в лекцию.

В лекции основное внимание уделено характеристике последствий изменения климата на планете, в Европе и России, европейским программам адаптации к последствиям изменения климата, а также определению траектории обучения студентов в рамках данного модуля.

Целью обучения по этой теме является ознакомление студентов с ситуацией изменения климата в мире, Европе и России и предпринимаемыми шагами по борьбе с негативными последствиями изменения климата.

Предполагаемые основные результаты обучения:

В результате изучения данной темы студент сможет: ориентироваться в специфике тех климатических изменений, которые происходят на планете, использовать в качестве примера в своей будущей профессиональной

деятельности европейские программы по адаптации городов к изменению климата.

Основные вопросы лекции:

1. Характеристика ситуации в области энергоэффективности и изменения климата.
2. Адаптация городов к изменению климата.

Ключевые понятия: изменение климата, глобальное потепление, энергоэффективность, экологические изменения, адаптация городов, модель поведения.

Вопрос 1. Характеристика ситуации в области энергоэффективности и изменения климата.

Изменение климата является одним из основных современных вызовов на планете. Глобальное потепление и связанные с ним изменения происходят так быстро, что австралийские ученые прогнозируют глобальное разрушение привычной нам цивилизации уже начиная с 2050 года.

Постепенно происходит повышение среднегодовой температуры в целом на планете. В период 1880–2012 годов средняя глобальная температура повысилась на 0,85 °С. По мнению экспертов, повышение температуры более чем на 1,5 градуса повлечет за собой наводнения в прибрежных районах, периоды экстремальной жары и разрушение коралловых рифов. С учетом существующей концентрации парниковых газов и их продолжающихся выбросов весьма вероятно, что к концу этого столетия средняя глобальная температура повысится на 1-2 °С по сравнению с уровнем 1990 года. В разных регионах планеты температура варьируется. По данным Росгидромета в России процесс потепления идет в 2.5 раза быстрее, чем во всем мире. Это связано с тем, что у России огромная территория и значительная ее часть расположена на севере.

Основной причиной потепления является выброс парниковых газов в атмосферу. По данным обсерватории Мауна-Лоа с Гавайских островов, на которые опираются климатологи всего мира, 2020 год уже стал рекордным

по объему выброса углекислого газа в атмосферу. И это несмотря на то, что действовали временные сокращения на авиаперелеты и передвижения наземным транспортом в связи с COVID-19, сократилось промышленное производство во многих странах мира.

В пятом оценочном докладе ООН утверждается, что около половины максимально допустимого объема было выброшено в атмосферу уже к 2011 году. Полтора столетия индустриализации, а также сплошная вырубка лесов и применение определенных методов ведения сельского хозяйства привели к увеличению выбросов парниковых газов.

Глобальное потепление приводит к таянию льдов и повышению уровня мирового океана. Начиная с 1979 года, площадь арктических морских льдов сокращается на 1.07 миллиона квадратных метров в десятилетие. К 2025 году Арктика в летний период может полностью избавиться от ледяного щита. Огромное количество метана, которые хранят льды Арктики выйдут наружу, что только усилит парниковый эффект и кроме этого начнет заметно расти уровень мирового океана. К 2065 году среднемировой уровень моря повысится на 24–30 см. Арктика является "холодильником" северного полушария и уравнивает природно-климатические процессы. Таяние льдов может привести к повышению температуры зимой и долгие периоды жары летом. Сокращение количества осадков может привести к обмелению таких крупных рек как Волга, где в южных районах сегодня уже ощущается дефицит осадков в летний период и увеличение количества лесных пожаров (как в 2010 на Европейской части России и Сибирские пожары 2019 года), так как из-за высокой температуры влага будет испаряться быстрее. Закрытые водоемы будут массово цвести из-за быстрого нагрева воды, заболачиваться, а потом высыхать, что подтолкнет к еще большим нарушениям.

Наблюдается таяние льдов и на материках. Например, в Исландии суммарная площадь ледников стремительно уменьшается. В 2019 г. было

объявлено о том, что из-за изменений климата Исландия лишилась ледника Окйёкюдль, занимающего свое важное место в экосистеме острова.

Около 75% потепления происходит за счет углекислого газа, выбрасываемого в атмосферу промышленными предприятиями, транспортом, зданиями и другими сооружениями. Города являются основными движущими силами потребления энергии и выбросов парниковых газов – источником антропогенного изменения климата.

Проблемы изменения климата тесно связаны с энергопотреблением и энергоэффективностью. Энергоэффективность является одним из основных направлений противодействия климатическим изменениям. Она определяется как рациональное использование энергетических ресурсов, т.е. означает использование меньшего количества энергии для обеспечения того же уровня энергетического обеспечения зданий или технологических процессов на производстве.

Вопрос 2. Адаптация городов к изменению климата.

Адаптация городов к изменению климата означает предвидение неблагоприятных последствий изменения климата, приспособление природных, социальных или экономических систем в ответ на фактические или ожидаемые климатические изменения и принятие соответствующих мер для предотвращения или сведения к минимуму ущерба, который они могут причинить.

Меры по адаптации включают:

- более эффективное использование водных ресурсов;
- использование возобновляемых источников энергии;
- адаптация строительных норм и правил к будущим климатическим условиям и экстремальным погодным явлениям;
- строительство защитных ограждений от наводнений, повышение уровня дамб и другие.

Эти меры направлены на корректировку процессов, действий или структур, предпринимаемой с целью снижения потенциальных рисков или

использования благоприятных возможностей, связанных с изменением климата. Другими словами, государствам и организациям необходимо разрабатывать и реализовывать на практике меры по адаптации для реагирования на существующие изменения климата и подготовки к его ожидаемым последствиям.

Подходы к адаптации могут сильно различаться в зависимости от ситуации в конкретной стране или регионе. Многие страны и их правительства сегодня предпринимают определенные действия для создания устойчивости к новым рискам.

Процесс адаптации включает (рис. 1):



Рис. 1. Структура процесса адаптации¹.

Данная схема является графическим отображением цикла адаптации в соответствии с установленным режимом ООН в области изменения климата, состоящим из четырех ключевых компонентов, каждый из которых включает:

1) Оценку воздействия факторов уязвимости и рисков.

¹ What do adaptation to climate change and climate resilience mean? <https://unfccc.int/topics/adaptation-and-resilience/the-big-picture/what-do-adaptation-to-climate-change-and-climate-resilience-mean>

На этом этапе проводится первичная оценка степени воздействия изменения климата на природные системы (например, насколько негативный эффект оказывает ограничение доступа к воде на сельское хозяйство и продовольственную безопасность), а также общество (к примеру, в какой мере рост температуры стимулирует распространение болезней, зависящих от климатических условий).

2) Планирование мер по адаптации.

На данном этапе происходит разработка необходимых мер по адаптации и их оценка, включая изучение требуемых затрат и потенциальных преимуществ. Это необходимо для выбора лучшего из имеющихся вариантов. Проведение планирования призвано предотвратить дублирование мер, их неполную реализацию, содействовать устойчивому развитию территорий.

3) Реализация мер по адаптации

Реализация мер по адаптации осуществляется на различных уровнях, в том числе, на национальном, региональном и местном. При этом используются разные средства: выполнение проектов, профильных программ или стратегий. Можно принимать как отдельные меры, так и комплексные с широким охватом, учитываемые в стратегических решениях и планах по устойчивому развитию.

4) Проведение мониторинга и оценки мер по адаптации.

Мониторинг проводится в течение всего процесса адаптации. Получаемые при этом знания, информация и опыт могут использоваться для обеспечения успеха мер по адаптации в дальнейшем. В ходе мониторинга ведется учет продвижения в осуществлении мер. Оценка же служит изучению эффективности проводимых действий.

В 2013 году Европейская комиссия приняла стратегию ЕС по адаптации к изменению климата (ADAPT). В стратегии признается, что Европа нагревается быстрее, чем многие другие части света. Температура в Европе, за последнее десятилетие была в среднем на 1,3°C выше, чем в

доиндустриальную эпоху, а по сравнению с глобальным средним ростом превышала на 0,8°C. Средиземноморский бассейн, горные районы, густонаселенные равнинные территории, прибрежные зоны, районы Крайнего Севера и Арктики оказались особенно уязвимыми к последствиям изменения климата.

Стратегия адаптации ЕС имеет три цели:

1. Содействие действиям государств-членов.
2. Содействие принятию более обоснованных решений путем устранения пробелов в знаниях и технологиях.
3. Содействие адаптации в ключевых уязвимых секторах.

В рамках программы ADAPT создана общеевропейская платформа по адаптации к климату (Climate-ADAPT), предоставляющая данные о текущих и прогнозируемых климатических опасностях и призванная повысить осведомленность общественности о процессе адаптации и необходимых мерах.

В 2008 году было заключено Соглашение мэров городов Европы («Covenant of Mayors») в поддержку действий местных властей в сфере изменения климата и энергетики. В рамках «Соглашения мэров» в марте 2014 года стартовала Инициатива по адаптации к изменению климатических условий «Мэры адаптируются» («Mayors Adapt»). Большинство городов Европы присоединилось к данной инициативе. Города обмениваются информацией о влиянии изменения климата, технологиями и опытом решения проблем, проводят совместные мероприятия по уменьшению последствий климатических изменений. Задача мэров «ADAPT» состоит в том, чтобы увеличить поддержку местной деятельности, обеспечить платформу для более активного взаимодействия между городами, а также предпринять совместные меры.

Территориальная повестка дня для ЕС (Territorial Agenda of the European Union) призывает к лучшей координации действий между городами ЕС, относящимися к проблемным территориям.

Например, в Верхнем Тирренском регионе за последние пять лет воздействие наводнений нанесло региону ущерб на сумму более 1 млрд. евро. Причиной ущерба является чрезмерная гидроизоляция городов, которая усиливает негативное воздействие осадков и способствует возникновению катастрофических наводнений. Муниципалитеты прибрежных поселений, участвующие в совместных мероприятиях, получают поддержку в подготовке, реализации местных планов адаптации, которые окажут прямое положительное влияние на безопасность как людей, так и инфраструктуры. Принято решение по строительству дренажной инфраструктуры, которая улучшит устойчивость района к наводнениям.

Европейская комиссия разработала несколько программ финансирования исследований и инноваций для городской адаптации к последствиям изменения климата. Исследовательская программа ЕС на 2018-2020 годы «Horizon 2020» включает в себя такие темы, как «Укрепление международного сотрудничества в области устойчивой урбанизации: решения для восстановления и реабилитации городских экосистем (RIA), «Инновационные решения для инклюзивных, безопасных, устойчивых городов». «Horizon 2020» облегчает разработку специализированных инструментов, таких как климатическое обслуживание, и подходов для понимания и реализации действий по адаптации на всех уровнях, включая города.

Служба по изучению изменения климата Copernicus (C3S), предоставляет информацию и знания об изменении климата посредством доступных, надежных, своевременных источников информации. Copernicus - это программа наблюдения территории Европейского Союза. Она состоит из сложного набора систем, которые собирают данные из нескольких источников: спутников наблюдения Земли и датчиков на месте, таких как наземные станции, бортовые и морские датчики. Системы обрабатывают эти данные и предоставляют пользователям информацию через набор услуг, которые охватывают шесть тематических областей: суша, море, атмосфера,

изменение климата, управление чрезвычайными ситуациями и безопасность. Служба предоставляет ключевые индикаторы замера процессов изменения климата для поддержки европейской политики и разрабатывает специализированное обслуживание климатических данных для городских районов.

Совместная программная инициатива «Городская Европа» (Joint Programming Initiative «Urban Europe») координирует исследования устойчивости городов в государствах-членах и финансирует исследования изменения климата в конкретных городах. Climate-KIC - одно из шести сообществ знаний и инноваций, созданных Европейским институтом инноваций и технологий, стремится разрабатывать перспективные климатические инновационные технологии и выводить их на рынок.

Таким образом, можно сделать вывод: территория ЕС наиболее подготовлена для противодействия негативным последствиям изменения климата. В 2021-2027 гг. ЕС будет инвестировать в борьбу с изменением климата 25 % своего бюджета. Средства будут направлены на разработку и внедрение энергосберегающих и чистых технологий.

Вопросы для контроля.

1. Каковы причины изменения климата?
2. Какова роль антропогенного воздействия в процессах изменения климата?
3. Основные последствия изменения климата в целом для планеты, Европы и России?
4. Какие программы адаптации к изменениям климата разрабатываются в Европе?
5. Какие программы адаптации к изменению климата известны в России?

Практическое задание.

1. Разработайте программу адаптации города, в котором Вы живете, к последствиям изменения климата.

2. Охарактеризуйте ситуацию с энерго- и теплосбережением в городе или поселении, в котором Вы живете.

Рекомендуемая литература по теме:

1. Архитектура и градостроительство в условиях экстремальных природных и техногенных воздействий / Сост. Есаулов Г.В. СПб: Нестор-История, 2012. 166 с.

2. Кокорин, А. О. Изменение климата. Глоссарий терминов, используемых в работе РКИК ООН / А. О. Кокорин, О. Н. Липка, Р. В. Суляндзига. — Москва : Всемирный фонд дикой природы (WWF), 2015. 93 с.
URL: <http://www.iprbookshop.ru/64656.html>

3. Романенко, В. А. Изменения климата в России. Причины и последствия // Молодой ученый. 2019. №7. С. 1-5.
URL: <https://moluch.ru/archive/245/56484/>

4. Ivanova, Z., Eichner M. (2018) Climate saving building construction for biosphere compatible and human urban environments. International Conference on Smart, Sustainable and Sensuous Settlements Transformation (3SSettlements) Proceeding. Technische Universität München (TUM), Germany. Pp. 223-229.

5. Aguiar F.C., Bentz J, Silva J.M.N., Fonseca A.L, Swart R., Santos F.D., Penha-Lopes G. Adaptation to climate change at local level in Europe: An overview. Environmental Science & Policy, 2018, Vol. 86, Pp. 38-63.

6. Mi, Z. et al. Cities: The core of climate change mitigation. Journal of Cleaner Production, Vol. 207, 10, 2019, Pp. 582-589.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.10.034>

7. Molthan-Hill, P., Worsfold, N., Nagy, G.J., Walter Leal Filho, W.L., Mifsud, M. Climate change education for universities: A conceptual framework from an international study. Journal of Cleaner Production. Vol. 226, . 2019, Pp. 1092-1101.

Тема 2. Методология и методика изучения потребительского поведения.

Введение в лекцию.

Лекция знакомит с различными подходами к изучению потребительского поведения. Основное внимание уделено разработанным методикам изучения потребительского поведения в области энергоэффективности и изменения климата.

Целью обучения по этой теме является ознакомление обучающихся с методологией и методиками изучения потребительского поведения.

Предполагаемые основные результаты обучения:

В результате изучения данной темы студент сможет: использовать разработанную методологию и апробированные методики для изучения потребительского поведения жителей своего региона или своего города в рамках своей профессиональной деятельности.

Основные вопросы темы:

1. Методология научных исследований.
2. Стратегии социологических и социально-психологических исследований.
3. Методика и методы исследования поведения потребителей, связанного с энергоэффективностью и изменением климата.

Ключевые понятия по теме: методология исследования, методика исследования, методы исследования, типология поведения, критерии типологии, традиции, этнические факторы, демографические факторы.

Вопрос 1. Методология научных исследований.

Методология научного исследования – это форма организации научного знания и научной деятельности, содержащая основные принципы, правила исследования, обеспечение соответствия структуры и содержания исследования ее задачам; это учение о методах исследования и способах проверки результатов исследования.

Человеческое поведение – сложный объект исследования. Поступками людей иногда руководят странные и непонятные причины, выбивающиеся, как кажется, из правил элементарной логики. Поэтому понять, почему люди

ведут себя так, а не иначе, — трудная задача. Сложность исследования заключается также в том, что люди порой пытаются скрыть истинные причины своих поступков. Причины могут быть разные, от боязни выглядеть смешными в глазах других людей до попытки обмануть других в своих истинных целях. Еще одна трудность в понимании мотивации потребителей обусловлена тем фактом, что мотивы поступков могут изменяться, на них влияют многие сиюминутные факторы: советы друзей или информация, услышанная по радио.

Наука о поведении потребителей изучает, *почему* и *как* потребители принимают определенные решения и ведут себя определенным образом — что их мотивирует, что влияет на их мотивацию. Для того чтобы сказать, почему люди демонстрируют именно такую модель действий, необходимо исследовать множество различных характеристик потребителей и фактов их поведения: от ценностной ориентации, мотивации, личностных особенностей, знаний и установок до процессов принятия решений о покупке и потреблении. Также нужно изучить и понять такие явления, как культура, господствующие нормы, социальная ситуация, социальные статусы, макроэкономические условия, а также воздействие социальной среды (близкого окружения, семьи, родственников, средств массовой информации, референтных групп и личностей) на потребителей. Важное значение имеет осознание потребности индивидом или группой и принятие решения действовать, поэтому необходимо изучение глубинных мотивов возникновения потребности, состояния потребности, фрустрации в случае неудовлетворения потребности, мотивации к осознанному действию, принятию решения и т.д.

Любое научное исследование опирается на определенные принципы, правила, которые обеспечивают научную объективность процесса исследования и достоверность полученных результатов.

В основе научного исследования лежат определенные принципы:

Принцип – (лат. *principium* – основа, начало) – исходное, не требующее доказательств, положение теории. Можно сказать, что это незыблемое правило, которому подчиняются исследование и исследователь, принципы регулируют весь процесс научного исследования.

1. *Принцип системности гласит, что* предметы и явления мира представляют собой системы той или иной степени сложности.

2. *Принцип целостности* — компоненты объекта изучаются в динамике многомерной картины их взаимосвязей и взаимозависимостей.

3. *Принцип всесторонности* позволяет провести целостное многоаспектное комплексное рассмотрение объекта исследования.

4. *Принцип детерминизма* (лат. *determinare*– определять, обуславливать) подсказывает, что все явления и все объекты системы связаны и взаимодействуют между собой. Исследование должно быть ориентировано на раскрытие причинно-следственной связи явлений, выявление факторов, воздействующих на элементы системы.

5. *Принцип историзма* выдвигает требование к ученому вскрывать генетическую связь явлений, этапы развития и изменения.

6. *Принцип конкретности* - предполагает учет в процессе исследования многообразных условий конкретного места, конкретного времени происходящих событий.

7. *Принцип верификации* - установление истинности научных утверждений в результате их эмпирической проверки.

8. *Принцип целенаправленности* — в области количественных и качественных исследований поведения людей принцип целенаправленности связывается с четкой постановкой целей, определением реальных и достижимых целей, разработкой адекватных методов достижения поставленных целей;

9. *Принцип объективности* — рассмотрение реальных объектов и процессов в их многомерности и многообразии, в области количественных и качественных изменений данных принцип означает тщательную

организацию полевых и лабораторных исследований с целью получить репрезентативные данные и беспристрастный подход к анализу полученных первичных данных.

10. *Принцип прикладной направленности* означает использование полученных данных для решения конкретных практических задач.

Виды исследований:

- **Фундаментальные** – направлены преимущественно на развитие научных теорий;
- **Прикладные** – направлены на решение конкретных задач/практических проблем.

Поведение потребителей — это прикладная наука, использующая достижения экономики, психологии, социологии, антропологии, статистики и других дисциплин. Как утверждает американский исследователь Р.Д. Блэкуэлл, «чтобы понять поведение потребителей, вам нужно знать, что происходит в голове потребителей, — знать так же хорошо, как хирургу надо знать, что происходит в вашем колене. Но понимание, почему потребители ведут себя так, а не иначе, — это только начало. Необходимо с мастерством хирурга применять это знание к созданию продукта, рекламе, розничной торговле и другим аспектам маркетинговых программ. Проникнуть в мысли потребителей помогут теоретические и методологические «эквиваленты» рентгена, анализа крови и томографии»². Невозможно одним или двумя методами изучить поведение потребителей, поскольку оно чрезвычайно сложное явление, подверженное воздействию разных обстоятельств. Для того чтобы проникнуть в мысли потребителей, понять, почему они принимают те или иные решения и производят те или иные действия, необходимо применение множества разных методов, взятых из области социологии, психологии, экономики. При этом необходимо проводить прикладные и фундаментальные исследования.

² Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей. 10-е изд. / Пер. с англ. — СПб.: Питер, 2007.

Вопрос 2. Стратегии социологических и социально-психологических исследований.

Конкретно-социологическое и социально-психологическое исследование направлено на получение объективной информации о состоянии изучаемого объекта, его структуре, составных частях, реальной ситуации. Цель исследования – полная и исчерпывающая характеристика, беспристрастное описание, поиск причин происходящего, при необходимости, поиск решения проблемы.

Объекты конкретно-социологических и социально-психологических исследований - социальные группы (большие и малые) – рядовые граждане-носители проблемы, эксперты, способные дать характеристику и оценку проблемы.

Стратегия исследования – общая логика проектирования исследования: описание цели, основных задач и ключевых путей их реализации.

Различают следующие стратегии исследования:

Количественные стратегии. Количественные исследования направлены на изучение измеряемых характеристик и дают возможность исследования больших по численности объектов, поэтому обработка информации проводится с помощью математико-статистических методов.

В своём большинстве количественные исследования являются описательными. К выборке при использовании данного метода предъявляются достаточно жёсткие требования, которые базируются на математической статистике и теории вероятности. Обработка информации производится с помощью количественных процедур. Методы сбора информации: стандартизованные разновидности (анкетный опрос, стандартизованное (формализованное) интервью, контент-анализ), методы статистического анализа данных.

Особенности:

1. Используются для изучения достаточно больших по численности объектов (социальных групп, общностей, большого количества документальных источников).

2. Исследовательской целью является причинное объяснение и измерение взаимосвязей.

3. Изучение концентрируется на уровне макроанализа фактов, событий.

4. Логика анализа дедуктивная: от абстракций - к фактам путем операционализации понятий.

5. Концепции формулируются из теорий и переводятся на язык операций с данными.

6. Инструменты измерения разрабатываются и проверяются в пилотаже, обычно формализуются.

7. Данные представляются в виде статистических распределений, шкальных показателей, результатов измерения взаимосвязей. Анализ осуществляется статистическими методами.

Качественные стратегии. В качественном исследовании анализируются глубинные механизмы человеческого поведения. Как правило, проводится монографическое исследование (кейс-стади) – изучение одного или небольшого количества объектов (явлений, проблем, тем). Основные методы: наблюдение, свободное интервью, фокус-группы. При этом исследователи результаты получают не путем статистических процедур или другими методами математического подсчета, а путем раскрытия смысла и интерпретации ответов, выражающих субъективную ценность данного предмета с точки зрения самого субъекта.

Используются для эмпирического исследования повседневной практики человеческого взаимодействия.

Особенности:

1. Качественные стратегии используются для изучения небольших по численности объектов (малых групп или отдельных индивидов).

2. Исследовательская цель - выявление и интерпретация субъективных смыслов, значений.

3. Изучение концентрируется на уровне микроанализа отдельных случаев, состояний социального взаимодействия.

4. Логика анализа индуктивная: от фактов жизни к их классификации и концептуализации.

5. Для сбора данных используются нестандартизованные разновидности методов сбора информации.

6. Результаты исследования представляются в виде высказываний - цитат из устной или письменной речи респондентов/информантов.

Любое исследование требует разработки *программы исследования*.

Программа - это обязательный документ социологического исследования. Без программы невозможно качественно провести исследование, все шаги должны быть определены заранее и следовать один за другим. При нарушении логики исследования можно допустить серьезные ошибки.

В программе исследования задается направление исследования, определяются сроки, этапы, методы проведения. Она включает три раздела: методологический, методический и рабочий план. В методологическом разделе дается описание проблемы, приводятся аргументы ее остроты и необходимости исследования для последующего решения проблемы, определяются объект и предмет исследования, ставятся цели исследования и формулируются задачи, решение которых должно привести к достижению цели. Также выдвигается гипотеза о результатах проведения исследования. В методическом разделе дается обоснование выбора метода исследования, построения выборочной совокупности, разработки инструментария и схемы обработки информации. Рабочий план предполагает обозначение сроков проведения исследования и расчета необходимых ресурсов.

Этапы социологического и социально-психологического исследования (могут подразделяться на подэтапы):

1. Подготовительный этап - разработка программы исследования (методологический, методический разделы, рабочий план исследования), разработка инструментария исследования, выборка.

2. Основной (полевой) этап сбора информации. Определение условий, способов сбора информации, организация исследования, способов и методов анализа собранных данных.

3. Заключительный этап исследования. Подготовка первичных данных для обработки, анализ информации, ее интерпретация, составление отчета о проведенном исследовании, выработка рекомендаций.

В процессе подготовки исследования важное значение имеет выборка. Это процедура отбора из множества элементов (генеральной совокупности) выборочной совокупности, позволяющей представить достоверные данные обо всем множестве элементов. Выборочная совокупность должна соответствовать по всем параметрам структуре генеральной совокупности, чтобы представить репрезентативные данные.

Мера подобия выборочной модели структуре генеральной совокупности оценивается ошибкой выборки или репрезентативности, а пределы допустимой ошибки зависят от цели исследования. Повышенная надежность допускает ошибку выборки до 3%, обыкновенная – от 3 до 10%, приближенная – от 10 до 20%, а прикидочная – более 40%.

Виды выборки:

1. Случайный отбор. Осуществляется методом случайных чисел, где по принятому порядку (например, по списку респондентов) каждый может оказаться в числе отобранных;

2. Стратифицированный отбор. Отбор осуществляется по необходимым для цели исследования параметрам (возраст, пол, место жительства, виды занятий, профессия и др.) отбор производится внутри этих групп методом случайного отбора.

3. Квотированный отбор. При отборе устанавливаются определенные квоты для респондентов в зависимости от количества и структуры генеральной совокупности

4. Выборка панельного исследования – это опрос одной и той же выборочной совокупности в течение определенного времени для анализа тех изменений, которые происходят в данной группе (например, отношения к какой-то проблеме).

5. Отбор по принципу снежного кома. Используется для проникновения в закрытые группы. Исследователь пользуется рекомендацией респондента, у которого вызвал доверие, к другому информанту.

На заключительном этапе необходимо обратить особое внимание на интерпретацию статистических или фактических данных. Интерпретация – это объяснение, придание смысла полученным числовым показателям или ряду наблюдаемых или выявленных иным способом фактов.

Вопрос 3. Методика и методы исследования поведения потребителей, связанного с энергоэффективностью и изменением климата.

Методика исследований – это совокупность подходов, способов и приемов проведения научных исследований. Она отвечает на вопрос: как и каким образом проводить исследование. Как правило, это некий готовый «рецепт», алгоритм, процедура для проведения каких-либо нацеленных действий и отличается от метода тем, что дает конкретизацию приемов исследования, предпринимаемых для этого шагов. Например, методика исследований определяет: оборудование, приборы, инструментарий, количество опытов/пилотажей, план работы, затраты времени и средств. Правильная методика – залог успеха исследования.

Необходимыми требованиями к методике, как к конкретному «рецепту» или процедуре, являются следующие:

- реалистичность;
- воспроизводимость;
- прозрачность, видимость;

- соответствие целям и задачам планируемого действия, обоснованность;
- результативность.

Методика исследования поведения потребителей в области энергоэффективности и изменения климата будет включать определение конкретных приемов, способов исследования:

- определение объекта исследования;
- определение метода выборки и формирования выборочной совокупности;
- определение времени и места исследования для обеспечения ее эффективности;
- определение наиболее адекватных для данной ситуации/темы методов исследования;
- определение способа обработки полученной информации;
- определение формы итогового отчета по исследованию,

Метод – это конкретный способ исследования, с помощью которого удается получить определенный результат в исследовании.

Общенаучные методы также условно разделяют на два вида – практические методы исследования и аналитические:

Аналитические методы направлены на создание и сравнение различных гипотез и теорий. Практические методы – это, прежде всего, наблюдение, проведение экспериментов в технических и естественных науках, в социологии, социальной психологии, опрос (анкетирование и интервьюирование, фокус-группа), анализ документов, контент-анализ, социометрический анализ, а также методы анализа и описания полученных результатов. Вне зависимости от выбранного вида методов у каждого исследования должна быть определенная цель. Чаще всего она заключается в стремлении ответить на конкретные вопросы, получить какой-либо результат, узнать новую информацию или подтвердить имеющуюся.

Вопросы для контроля

1. Что такое методология научного исследования?

2. Каковы основные принципы научного исследования?
3. Что включают в методику исследования?
4. Каковы особенности методологии изучения потребительского поведения?
5. Какие методы используют для изучения потребительского поведения?

Практическое задание:

Разработайте программу социологического исследования для проведения социологического исследования методом анкетирования по теме: «Особенности поведения жителей города N по отношению к энергоэффективности и изменению климата».

Рекомендуемая литература по теме:

1. Блэкуэлл, Р.Д., Миниард П.У., Энджел Дж.Ф., Поведение потребителей. СПб.: Питер, 2000. 760 с. Blackwell, R.D., Miniard, P.W., Engel, J.F. Consumer Behavior (2006). 10th Edition, Thomson South-Western College Pub, 832 p

2. Беккер, Г.С. Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории. Пер. с англ.- М.: Изд. домГУ ВШЭ, 2003. 672 с.

3. Горяйнова, Н. М. Поведение потребителей : учебное пособие / Н. М. Горяйнова. — Челябинск : Южно-Уральский институт управления и экономики, 2017. — 272 с. — ISBN 978-5-9908505-9-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81299.html>

4. Иванова, А. А., Агисова, Ф. Б., Сауткина, Е. В. Проэкологическое поведение в России: адаптация шкалы Кэмерона Брика и связь с экологической обеспокоенностью. Психологические исследования: электронный научный журнал. 2020. Т. 13. № 70. С. 7. URL: <https://publications.hse.ru/articles/368071788>

5. Никитин, Е.Е., Никитина, Т.Е. Методология и практика проведения социологических исследований в сфере теплосбережения населенных пунктов [Methodology and Practice of Sociological Surveys in the Field of Heating Supply to Inhabited Localities] (2013) URL: <http://iestream.ru/inномер/1779-metodologiya-i-praktika-provedeniya-sociologicheskikh-issledovaniy-v-sfere-teploobespecheniya-naselennyhpunktov>
6. Poortinga, W., Whitmarsh, L., Steg, L., Böhm, G., Fisher, S. Climate change perceptions and their individual-level determinants: A cross-European analysis. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2019.01.007>
7. Tobler, C., Visschers, V.H.M., Siegrist M. Addressing climate change: Determinants of consumers' willingness to act and to support policy measures. Journal of Environmental Psychology. Vol. 32, Issue 3, 2012, Pp.197-207. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2012.02.001>
8. Ivanova, Z., Pichugin I, Naimaviciene J. Behavioral Aspects of Energy and Heat Consumption (Basing on Opinion Poll Data). Procedia Engineering, 117 (2015), pp. 154 – 161. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2015.08.136>
9. Ivanova, Z., Smetanina T. Research into Behaviour Patterns Typical for Consumers of Construction Material as the Mission of Ecological Management. MATEC Web of Conferences, 2016, Vol.73. <https://doi.org/10.1051/matecconf/20167307024>
10. Norgaard, K.M. The sociological imagination in a time of climate change. Global and Planetary Change. Volume 163, April 2018, Pages 171-176. <https://doi.org/10.1016/j.gloplacha.2017.09.018>

Тема 3. Потребительская культура. Бережливая модель поведения.

Введение в лекцию.

Лекция знакомит с различными моделями потребительского поведения. Основное внимание уделено разработанным методикам изучения потребительского поведения в области энергоэффективности и изменения климата в Европе и России.

Целью обучения по этой теме является ознакомление обучающихся с моделями потребительского поведения в области энергоэффективности и изменения климата в мире, европейских странах и России.

Предполагаемые основные результаты обучения:

В результате изучения данной темы студент сможет: распознать различные модели поведения в области энергоэффективности и изменения климата и в дальнейшем осуществлять градостроительное проектирование и определять стратегию строительства в своей стране, регионе, городе.

Основные вопросы темы:

1. Особенности и составные части потребительской культуры.
2. Факторы, влияющие на формирование модели поведения.
3. Особенности поведения по отношению к энергоэффективности и изменению климата в европейских странах и России.
4. Бережливая модель поведения.

Ключевые понятия по теме: культура потребления, бережливая модель поведения, затратная модель поведения, климатосберегающее поведение, экологическое поведение, энергоэффективное поведение, традиционные ценности и ориентиры.

Вопрос 1. Особенности и составные части потребительской культуры.

Проблемы изменения климата и поведение граждан сегодня выходят на передний план научного обсуждения, поскольку именно от форм жизнедеятельности человека, уровня и способа потребления природных ресурсов, отношения общества к фактам эксплуатации природы и в целом потребительской культуры зависит дальнейшая судьба планеты.

Потребительская культура основана на ценностях, принятых большинством членов общества. Основные ценности относительно постоянны, передаются из поколения в поколение, хотя со временем меняются. Ценности групп, к которым принадлежит человек, оказывают существенное влияние на модель поведения. Люди ведут себя подобным образом, потому что это им так удобно, привычно, комфортно, потому что

они уверены, что так поступать правильно. Л.Н. Гумилев, российский этнолог, утверждал, что основным признаком этноса является стереотип поведения. Правила своего народа воспринимаются индивидом как единственно возможный способ поведения, прочие кажутся непонятными, неразумными, дикими.

Стереотипы поведения членов этноса проявляются в разных сферах, в том числе и в потреблении. Внутри этнических культур также существуют различия между ценностями старшего и молодого поколения, жителей городов и сел, профессиональных и классовых групп. У разных народов разное отношение к природе и ее ресурсам, разные модели потребления. В отличие от предыдущих эпох сегодня в европейской и североамериканской культуре утверждаются ценности ресурсосбережения, сохранения биосферы, быстрой адаптации к последствиям изменения климата. В рамках Евросоюза разрабатываются стратегические программы противодействия процессам изменения климата. Смягчение воздействий и адаптация к последствиям являются взаимодополняющими подходами к уменьшению рисков негативных, разрушающих процессов. Изменение поведения людей, формирование климатосберегающей модели – один из основных путей смягчения и замедления процессов изменения климата.

Моделирование поведения людей – это своего рода предсказание действий людей, предвидение того, каким образом они будут поступать в той или иной ситуации, какой выбор они сделают и к чему нужно готовиться управленческим органам. Поведенческие исследования показали необходимость глубоко понимать мотивы и логику поведения людей. Люди не всегда поступают рационально. На их поведение влияют многие факторы, и, прежде всего, ценности и нормы, принятые в группе, к которой они принадлежат. Поняв логику поведения, изучив факторы, побуждающие делать тот или иной выбор, можно выделить модели поведения, дать типологию моделей, что, в свою очередь, помогает выстроить политику в данной сфере. Построив модели поведения по отношению индивидов и

социальных групп к фактам изменения климата, можно понять, что ожидать от людей, к чему они готовы, как будут действовать, и как не будут действовать ни при каких обстоятельствах. Нужно иметь представление и о том, какова чувствительность населения к новым условиям, какова степень восприимчивости отдельных людей и социальных групп к неблагоприятным последствиям изменения климата, каким образом отдельные лица и организации воспринимают риски или неопределенности, какова способность учитывать риски и адекватно реагировать на них. Основываясь на этих знаниях можно вырабатывать климатическую политику на уровне государства, региона, города, поселения. Для содействия принятию решений имеются методы оценки, социального, психологического и этического анализа.

На поведение потребителя влияют и индивидуальные различия, которые могут быть отнесены к пяти основным категориям: 1) демографические факторы, ценностные ориентации и личностные характеристики; 2) ресурсы (возможности) потребителя; 3) мотивация; 4) знания; 5) установки.

Вопрос 2. Факторы, влияющие на формирование модели поведения.

Исследователями выделяется ряд факторов, влияющих на формирование модели поведения по отношению к биосфере и изменению климата: традиционные ценности, демографический состав, место/район жительства, принадлежность к классу/ социальной группе, материальное состояние, информационная политика, просвещение и пропаганда преимуществ энергоэффективного поведения, экологическое и климатическое воспитание.

Кроме того, оказывают влияние этнические и традиционные практики, религиозные предписания. Разнообразие в индивидуальные проявления поведенческих моделей могут внести: интересы личности, конкретные обстоятельства, социально-культурные контексты, их интерпретации и индивидуальные ожидания.

На первом месте по воздействию находятся традиционные ценности, задающие вектор поведения в той или иной культуре. Потребительская культура основана на ценностях, принятых большинством членов общества. В процессе исторического развития в разных культурах сформировались различные системы ценностей, различный образ жизни и стили поведения. Однако есть определенные культурные универсалии, которые задаются принадлежностью человека к одному виду *Homo sapiens* и одинаковыми физиологическими и психологическими потребностями. Межкультурный анализ позволяет конкретизировать эти культурные универсалии, которые проявляются в разных формах и разных контекстах. Культурное сопереживание помогает понимать внутреннюю логику иного образа жизни и признать относительность ценностей и норм в целом. В постижении особенностей ценностно-нормативных систем, стилей поведения, господства стереотипов помогают культурные ассимиляторы – техники повышения межкультурной сензитивности.

В данном контексте необходимо рассмотрение особенностей веры и религий, сформировавших шкалу ценностей и традиционную этику и влияющих на поведение людей до настоящего времени. Религия содержит поощрительное или осуждающее отношение к тем или иным человеческим действиям и к образу жизни в целом. Именно в религиях и этических учениях заложены ценности окружающей среды, разрешающей и освящающей совершение каких-либо действий, и в первую очередь, хозяйственных, связанных с воздействием на природу. Например, во многих традиционных, в т.ч. языческих религиях, земля считалась священной. «Земля — это мать в архаических верованиях. «Живой» земля является, прежде всего, в силу собственной плодovitости, все выходящее из земли надделено жизнью; все, что в землю возвращается, вновь получает жизнь»³. Землю нужно беречь, заботиться о ней, кормить и удобрять ее, ведь от нее зависит человеческое

³ Рязанов И.В.. Сакрализация образа Земли в архаической картине мира // Вестник Пермского университета, 2013, вып.2 (14). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sakralizatsiya-obraza-zemli-v-arhaicheskoy-kartine-mira>

существование. Древними людьми вся природа воспринималась живой, богов и духов природы нужно было задобрить, умилоstitвить, принести дары, таким образом отблагодарить за урожай.

Мы не можем сказать, что все действия людей в древнюю эпоху были приуро- и климатосберегающими. Во все исторические времена человек пользовался природными ресурсами и наносил земле ущерб. Например, результатом использования технологии подсечного земледелия мог быть серьезный пожар, ирригационные системы древних могли нарушить водный баланс территории, однако при этом природа имела возможность восстанавливаться, восполнять свои ресурсы, развивать новые популяции животных и птиц. Значительные биосферные и климатические изменения могли происходить не только в результате вмешательства человека, а как естественные физические процессы функционирования самой планеты.

Стоит также обратиться к древневосточным религиям и восточной традиционной этике (даосизм, буддизм, индуизм, конфуцианство). Например, отношение к природе в даосизме было созерцательным, ценностным, базирующимся на этике недеяния. Человек – часть самой природы, гармоничной и рациональной, он не должен вмешиваться в законы природы, в естественный порядок вещей, пытаться переделать природу, изменить ее. Согласно Лао-цзы, основателю даосизма, если кто-либо хочет овладеть миром и манипулирует им, того постигнет неудача, ибо мир — это священный сосуд, которым нельзя манипулировать: «Мир – сосуд не простой, - священный: неподвластен руке человека. Его не улучшишь, латая, домогаясь – лишь потеряешь»⁴. «В конфуцианском представлении о мироздании человек равен небу и земле, живя между ними и составляя вместе с ними триаду «небо — земля — человек»⁵.

Подчинение естественному ходу вещей, отказ от преобразования мира, недеяние характерны и для философских воззрений, социальных

⁴ Лао-цзы. Дао дэ цзин. Учение о Пути и Благой Силе. М.: 1998. - с.110.

⁵ Конфуций. Лунь-юй. («Беседы и высказывания») URL: <http://www.deir.org/libr/?go=book&id=444&p=2>.

предписаний, поведенческих нормативов индуизма. Нормы нравственного поведения, заложенные в буддизме, также распространяются на весь природный мир, который является звеном в цепи перевоплощений. Из этого вытекает принцип «ахимсы» (не навредить ничему живому). Джайнизм еще более усилил принцип «ахимсы», призывая не вмешиваться в природу, поклоняться ей, любить землю, небо, всю биосферу.

Невмешательство в природные процессы – залог того, что эти процессы не будут нарушены, не вызовут резких изменений в климате, не приведут к деградации биосферы.

Однако в определенный период истории и Запад, и Восток, пошли по другому пути - индустриальному, построенному на все расширяющемся использовании ресурсов природы, ее безмерной эксплуатации. По мнению исследователей, в основе сугубо прагматичного отношения к природе лежит христианский антропоцентрический взгляд на естественный мир. Окружающий мир принадлежит человеку, он может пользоваться богатствами природы для удовлетворения своих потребностей, может переделывать природу, если считает нужным это сделать. Западная культура несет в себе мощную преобразующую функцию. Деятельность человека здесь направлена вовне, на преобразование окружающей среды. Соответственно, отношение к природе утилитарное, потребительское.

Но в то же время, как утверждают современные представители христианства, отношение к природе, растительному и животному миру должно быть ответственное. Получив в пользование планету человек должен беречь природу, заботиться о ней, его миссия в «возделывании» и «хранении» (Быт. 2. 15) величественного царства природы, за которое он ответственен перед Богом»⁶.

⁶ Основы социальной концепции русской православной церкви. URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/419128.html>

Несмотря на то, что большинство населения западных стран и России объявляет себя неверующим, традиционные модели поведения, заложенные в религии, глубоко укоренены в культуре и моделях поведения.

На потребительское поведение также оказывают влияние:

- Демографический состав, в том числе, возрастной, половой фактор, фактор наличия-отсутствия семьи, детей. Состав семьи оказывает существенное влияние на такие сферы жизнедеятельности домохозяйств, как сберегательное и финансовое поведение, формирование и распределение доходов, в том числе, и при планировании расходов на воду, тепло, электричество.

- Место жительства, наличие ресурсов в стране. Как пример влияния места жительства и наличия ресурсов, можно привести результаты социологического опроса, проведенного в 2019 году в Китае. Оказалось, что в среднем общественное беспокойство по поводу изменения климата в Китае относительно низкое, при этом обеспокоенность в значительной степени варьируется среди китайских граждан, живущих в разных провинциях, а также между прибрежными и внутренними районами. Статистический анализ показал, что уровень озабоченности в значительной степени зависит от индивидуальных социально-демографических характеристик, личных ценностей и региональной экономической зависимости от углеродоемких отраслей. Граждане из провинций с более высокой экономической зависимостью от углеродоемких отраслей, как правило, были меньше обеспокоены, чем люди из провинций с более низкой углеродной зависимостью⁷.

- Принадлежность к классу, социальной группе, стиль жизни. Принадлежность к классу социальной группе определяет семейные и личностные ценностные ориентации, характер потребностей и способов удовлетворения потребностей. Иначе говоря, мы приобретаем и потребляем

⁷ Xinsheng Liu, Feng Hao, Kent Portney, Yinxi Liu. Examining Public Concern about Global Warming and Climate Change in China. *The China Quarterly*, 2020, vol.242, pp. 460 – 486. DOI: <https://doi.org/10.1017/S0305741019000845>

то, что принято в нашей статусной группе, то, что служит идентификационным маркером для нас. Если референтной является другая группа, в которую мы или наша семья не входит, то мы пытаемся подражать ей и практиковать тот стиль жизни, который одобряется нашей референтной группой. «Стиль жизни — это то, как живет человек, как он тратит свое время и деньги. Стиль жизни представляет собой результат взаимодействий различных экономических, культурных и социальных сил, оказывающих давление на человеческие качества каждого из нас»⁸.

- **Материальное состояние.** Например, бедные семьи чаще отказываются приобрести счетчики воды, энергии, энергосберегающие приборы, устанавливать низкоуглеродистые системы отопления. При этом корреляционный анализ показал, что в России уникальная ситуация: в стране фиксируется обратная корреляционная связь. Это означает, что в целом с увеличением уровня материального благосостояния респондентов уровень их «экологической культуры» снижается. В отличие от западной российская «элита» демонстрирует свое богатство специфическим образом: расточительством/«транжирством», «вызывающей» демонстрацией своей роскошной жизни, пренебрежительным отношением к воздержанности, бережливости, а также в целом неприятием к средним и бедным слоям общества.

Вопрос 3. Особенности поведения по отношению к изменению климата в европейских странах и России.

В 2017 году Центр европейских социальных исследований (ESS) провел 8-й раунд социологического опроса (интервью) в 23 странах Европы. Опрошено более 44 тысяч человек. Вопросы предназначены для оценки мысленных представлений людей об изменении климата, его причинах и последствиях.

⁸ Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей. 10-е изд. / Пер. с англ. — СПб.: Питер, 2007.

Респондентам был задан вопрос, думают ли они, что климат вероятно или определенно меняется. Более 90% респондентов в большинстве стран Европы ответили, что климат, вероятно, меняется. На первом месте по количеству думающих таким образом оказалась Исландия. Здесь 97,7% респондентов верят, что климат меняется. Наименьшее количество респондентов, верящих в то, что происходит изменение климата, оказалось в Израиле (86%) и в России (82%). Следующий вопрос к респондентам звучал так: считают ли они, что изменение климата частично происходит из-за человеческой деятельности. И в ответах на этот вопрос также выявились межнациональные различия: в Германии и Исландии более 94% жителей уверено в этом; жители Израиля, Норвегии и ряда стран Восточной Европы несколько реже думают, что изменение климата хотя бы частично вызвано человеческой деятельностью. Опасения респондентов по поводу изменения климата относительно высоки во всех странах Европы. Страны Восточной Европы, такие как Литва, Эстония и Польша, Россия дали иные результаты, в этих странах менее 20% населения выражает беспокойство по поводу изменения климата (рис. 2).

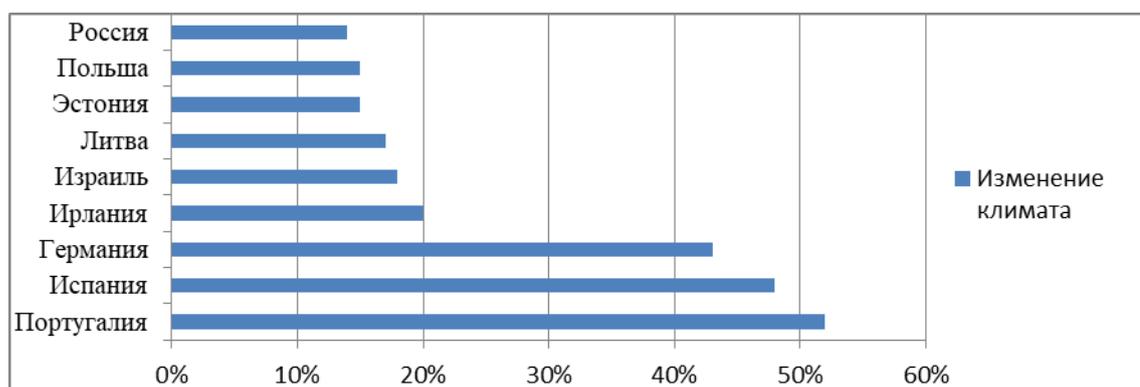


Рис. 2. Беспокойство по поводу изменения климата⁹

В большинстве стран озабоченность по поводу надежности энергоснабжения ниже, чем по поводу изменения климата, при этом количество людей, сообщающих о том, что они очень или чрезвычайно

⁹ Poortinga W., Böhm G., Steg L., et al. European Attitudes to Climate Change and Energy: Topline Results from Round 8 of the European Social Survey. Published by the European Social Survey ERIC City, University of London Northampton Square, London EC1V 0NB, United Kingdom. 2018. URL: http://www.europeansocialsurvey.org/docs/findings/ESS8_toplines_issue_9_climatechang.pdf

обеспокоены этой проблемой, колеблется от менее 1% в Исландии до 30% в России. Помимо России, уровень озабоченности по поводу надежности энергоснабжения относительно высок в Испании (21%), Португалии (22%) и Израиле (23%).

Обеспокоенность по поводу доступности энергии выше, чем озабоченность по поводу надежности энергоснабжения в каждой стране, и выше, чем озабоченность по поводу изменения климата в большинстве стран. Обеспокоенность относительно доступности энергии особенно широко распространена в Испании (70%) и Португалии (68%), Бельгии (51%), Израиле (49%), России (47%) и Литве (45%). К странам с наименьшим уровнем обеспокоенности по поводу доступности энергии относятся Швеция, Исландия, Швейцария и Норвегия, на долю которых приходится менее 15% (рис. 3).

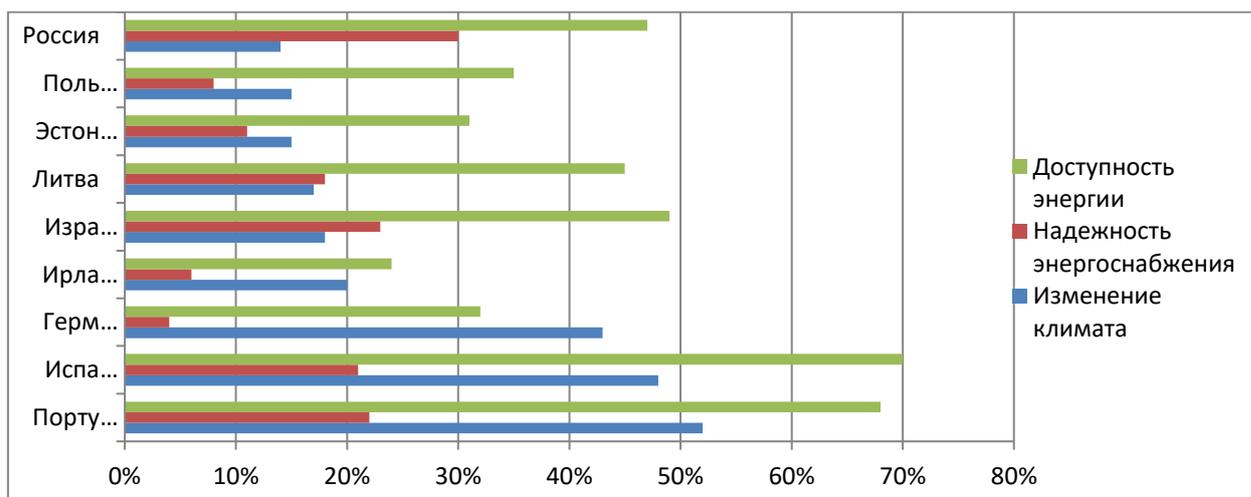


Рис. 3. Обеспокоенность по поводу изменения климата, надежности энергоснабжения и ее доступности¹⁰

Преодоление негативных последствий изменения климата во многом связано с формированием моделей поведения, носители которых осознавали бы личную ответственность за происходящее. В рамках 8-го раунда Европейского социального опроса задавались вопросы о чувстве личной ответственности за происходящие процессы и возможности личного вклада в противостояние этому процессу. Респондентам была предложена 11-балльная

¹⁰ Там же

шкала от 0 «совсем нет» и до 10 «очень много». Чувство личной ответственности (личные нормы) были самыми высокими в центрально-европейских странах: во Франции, Швейцарии, Германии (со значениями, близкими к 7), и самыми низкими в Чешской Республике и России (рис. 4). При этом обнаруживается взаимосвязь: респонденты, не верящие в факт изменения климата, обнаруживают также и слабую личную ответственность и личную эффективность.

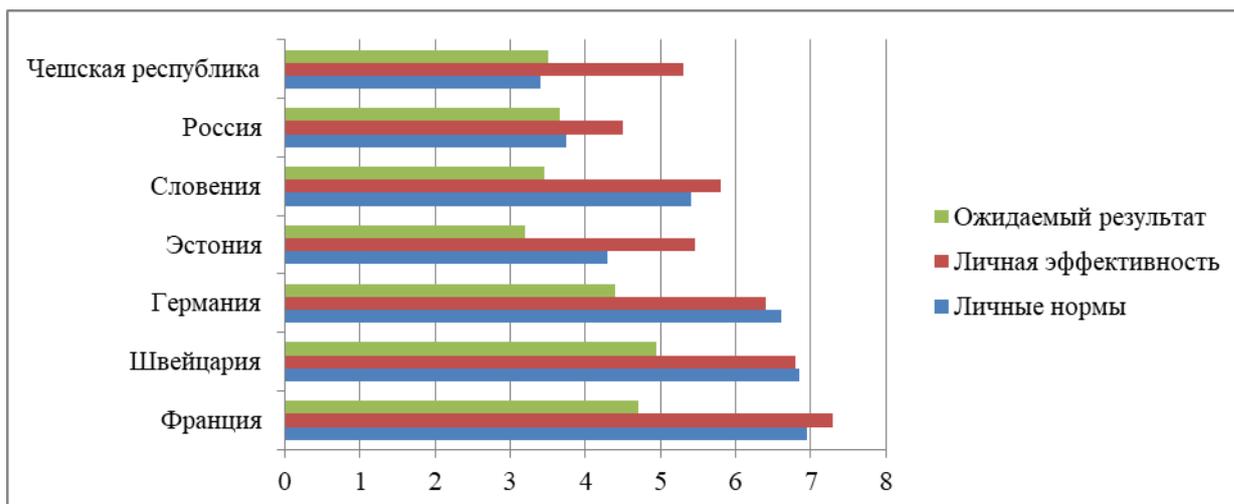


Рис. 4. Личные нормы и вера в эффективность собственных действий¹¹.

Отвечая на вопрос о том, какие действия против изменения климата могли бы Вы предпринять лично (например, сократить потребление электроэнергии), многие респонденты (особенно в Венгрии, Чешской Республике и России) не были уверены, что смогут это сделать. К тому же они добавили, что не верят в то, что ограничение их энергопотребления вряд ли поможет замедлить процесс изменения климата.

На основе результатов исследования различных документов и по данным социологического исследования, проведенного Европейским центром социальных исследований, можно выделить модели поведения, связанные с особенностями традиционных ценностей, хозяйственной этики, образа жизни тех или иных народов. Кроме традиционных ценностей, важнейшим фактором, воздействующим на формирование моделей

¹¹ Там же.

поведения, является политика государства: от принятых законов в области изменений климата, экономических и налоговых решений до поощрения/наказания единичных действий отдельного гражданина. Следующим фактором выступает информационная и просветительская работа, воспитание и образование населения, в частности, пропаганда преимуществ энергоэффективного поведения.

Выделенные модели поведения:

- 1) модель поведения присущая народам скандинавского региона;
- 2) модель поведения, характерная для народов Центрально-европейского региона;
- 3) модель поведения народов Южно-европейского региона;
- 4) модель поведения, присущая народам Восточной Европы, включая Прибалтику;
- 5) модель поведения, присущая России.

В странах, принадлежащих к одному региону, есть схожие восприятия и опасения, соответственно, схожие реакции. Например, уровень озабоченности по поводу доступности энергоснабжения относительно высок в Испании (21%), Португалии (22%), Обеспокоенность относительно доступности энергии особенно широко распространена в Испании (70%) и Португалии (68%). Исследования также показали, что люди, не обеспокоенные доступностью энергии, предпринимают меньше действий, не поддерживают энергетическую политику государства и не верят в будущие изменения в энергопотреблении. Это открытие ставит вопросы относительно адекватного информирования общественности о доступности энергии и учета таких особенностей поведения при выработке энергосберегающей политики.

Вопрос 4. Бережливая модель поведения.

На бережливость влияют разные факторы: возраст, доход, принятые стереотипы поведения, отражающиеся в привычках (паттернах).

Бережливая модель поведения, как правило, коренится в самой культуре, и она связана с традиционными ценностями народа. Макс Вебер, германский

социолог, в своей работе «Хозяйство и религия» рассмотрел различные типы религий и дал их классификацию в зависимости от характера хозяйственной деятельности. По его мнению, в основе западноевропейского типа капитализма лежит хозяйственная этика протестантских религий – лютеранства, кальвинизма и других, известных своим особым отношением к труду (трудолюбие) и бережливости. В западноевропейских странах, где утвердились протестантские версии христианства, демонстрируется более бережливая модель поведения по отношению к трате денег, времени и организации трудового дня, к различным вещам. И сегодня мы наблюдаем укоренившиеся паттерны в поведении швейцарцев, немцев, датчан, голландцев, норвежцев и других западноевропейских народов, рационально относящихся к использованию различных предметов, энергии, воды и других ресурсов.

Среди представителей культуры русских «протестантских» версий христианства – старообрядцев (в большей степени у «беспоповцев») в хозяйственной этике также наблюдаются рационализм и бережливость. Именно в старообрядческой среде, благодаря бережливой хозяйственной этике появились первые русские капиталисты.

Иное поведение в целом у русского народа, исповедующего православную религию. Как отмечают исследователи, русские люди не отличаются бережливостью. Историк В.О. Ключевский, объясняя особенности характера русского народа, писал, что расточительство возникло по объективным причинам – русские люди заселяли обширные пространства с избытком водных, лесных и иных ресурсов. Их обилие и ощущение неисчерпаемости ресурсов не способствовало формированию стереотипов сберегательного поведения. Например, у россиян своеобразная гигиеническая привычка или традиция мыть посуду, принимать душ и даже стирать небольшие предметы одежды в проточной воде и при сильной струе. У русских людей нет привычки экономить воду, энергию, и никакие аргументы не могут избавить их от этой старой привычки.

Почему в России не удастся внедрить бережливую модель поведения?

В октябре 2019 г. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) представил данные социологического опроса об отношении россиян к потреблению энергоресурсов (электроэнергии, газа, тепла, горячей воды).

В ходе исследования выяснено, что каждый второй россиянин тщательно следит за расходом энергоресурсов и старается экономить их потребление – (57% респондентов) Чаще за расходами энергоресурсов следят люди старших возрастов: 45-59 (56%) и старше 60 лет (71%). Экономно потребляют газ, воду, тепло и электричество чаще жители малых городов с населением до 100 тыс. (63%) и сельчане (64%). Вероятно, это связано с тем, что: 1) у людей свыше 60 лет доходы ниже, 2) люди выше 45 лет несут основные заботы по оплате коммунальных услуг, 3) в малых городах доходы значительно ниже, чем в больших городах.

Треть опрошенных (33%) следят за потреблением энергоресурсов периодически – иногда они не экономят газ, свет, электричество и воду. Чаще экономят энергоресурсы эпизодически молодые люди 18-24 (39%) и 25-34 (38%) лет, а также жители двух столиц (51%). Не ставят перед собой задачи следить за потреблением энергоресурсов 9% россиян.

Основной мотив регулирования потребляемых энергоресурсов – желание сэкономить деньги (79%). На втором месте стоит экономия природных ресурсов – об этом задумывается 15% россиян, что в 5 раз больше, чем четыре года назад. Экономят энергоресурсы по привычке 14% опрошенных.

Среди россиян, у которых не принято экономить энергоресурсы, треть (29%) обосновывают это тем, что они уже придерживаются ответственного потребления и тратят столько, сколько им необходимо. Другие причины отказа: у каждого пятого не получается соблюдать экономию

энергоресурсов (22%), а еще 12% уведомляют об отсутствии необходимости – их доля снизилась на 14 п.п. по сравнению с 2015 годом¹².

Сравнительные исследования показывают, что некоторые сдвиги в сторону бережливости в поведении русских людей наметились, в последние десятилетия россияне стали более бережливыми, однако полученная статистика показывает, что к бережливости стремится только лишь половина населения страны. Изменения в поведении происходят чересчур медленно. Тем не менее, представляется, что вскоре экологические и экономические причины все же заставят россиян изменить свое повседневное хозяйственное поведение.

Вопросы для контроля.

1. Раскройте понятие «потребительская культура».
2. Какие факторы влияют на характер и структуру потребления в области энергоэффективности?
3. Почему потребительское поведение жителей Западной Европы и России отличается друг от друга?
4. Какова роль традиционных ценностей в формировании системы потребностей народа в целом, социальной группы, индивида?
5. Какие модели поведения по отношению к энергоэффективности и изменению климата можете выделить?

Практические задания:

1. Проведите сравнительный анализ структуры потребления домохозяйств в странах Европы, Северной Америки, в Австралии и России?
2. Выделите те факторы, которые повлияли на формирование модели поведения россиян по отношению к энергоэффективности и изменению климата.

Рекомендуемая литература по теме:

1. Курбанов, А. Р., Прохода, В. А. Экологическая культура: эмпирическая проекция (отношение россиян к изменению климата)

¹² Энергоэффективное поведение россиян. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/energoeffektivnoe-povedenie-rossiyan-monitoring>

//Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 4. С. 347—370. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.4.17>.

2. Лазаревич, Н. А. Факторы формирования экологического поведения // Труды Белорусского государственного технологического университета. Серия 6. История, философия. 2018. № 1 (209). С. 121—124.

3. Сергеева, А. Русские: стереотипизация поведения, традиции, ментальность [Russians: Behavioral Patterns, Traditions, Mentality] (2006) М.: Флинта. Наука, 320 с.

4. Сидорова, С. А. Потребительское поведение в современном обществе: экономико-социологический анализ: монография. Москва : Прометей, 2019. 130 с. ISBN 978-5-907100-33-6. URL: <http://www.iprbookshop.ru/94496.html> (дата обращения: 31.03.2020).

5. Титаренко, Л. Г. Экологический аспект образа жизни: основные ценности и типы поведения // Социологические исследования. 2015. № 2. С. 106—112.

6. Blackwell, R.D., Miniard, P.W., Engel, J.F. Consumer Behavior (2006). 10th Edition, Thomson South-Western College Pub, 832 p.

7. Ivanova, Z., Pichugin, I, Naimaviciene, Ju. Behavioral Aspects of Energy and Heat Consumption (Basing on Opinion Poll Data). Procedia Engineering, 117 (2015), pp. 154 – 161.

8. Ivanova Z., Smetanina T. Research into Behaviour Patterns Typical for Consumers of Construction Material as the Mission of Ecological Management. MATEC Web of Conferences, 2016, Vol.73.

9. Nauges, C., Wheeler S.A. (2017) The Complex Relationship Between Households' Climate Change Concerns and Their Water and Energy Mitigation Behaviour. Ecological Economics, Volume 141, Pp. 87-94.

10. Chapman, D.A. et.al. 11 - Psychological perspectives on community resilience and climate change: Insights, examples, and directions for future research. Psychology and Climate Change. Human Perceptions, Impacts, and

Responses, 2018, Pages 267-288. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-813130-5.00011-4>

11. Williamson, K., Satre-Meloy, A., Velasco, K., & Green, K. (2018). Climate Change Needs Behavior Change: Making the Case for Behavioral Solutions to Reduce Global Warming. Arlington, VA: Rare.

Тема 4. Количественные методы изучения поведения потребителей, связанного с энергоэффективностью и изменением климата.

Введение в лекцию

В лекции представлены количественные методы социологических исследований, которые можно использовать для исследований в области изменения климата и энергоэффективности. Дано краткое описание каждого метода, область применения, приведены примеры.

Цель обучения: Усвоить виды и методы социологического исследования для изучения поведения потребителей по отношению к энергоэффективности и изменению климата.

Основные результаты обучения: получить знания в области организации и проведения социологических исследований, разработки инструментария исследования и при необходимости провести самостоятельное социологическое исследование.

Основные вопросы лекции:

1. Методы количественных социологических исследований. Анкетирование, особенности метода.
2. Метод анализа документов, контент-анализ.

Ключевые понятия: методы исследования, опрос/анкетирование, анализ документов, контент-анализ, выборка, инструментарий, анкета

Вопрос 1. Методы количественных социологических исследований. Анкетирование, особенности метода.

Необходимость исследований для выявления особенностей поведения различных социальных групп по отношению к энергоэффективности и изменению климата обоснована тем, что принятие решений на уровне государства, региона или поселения, выработка энергоэффективной политики должны опираться на мотивы и намерения людей: что ожидать от них, к чему они готовы, как воспримут те или иные решения властей. Нужно иметь представление и о том, какова чувствительность населения к новым климатическим условиям, какова степень восприимчивости отдельных людей и социальных групп к неблагоприятным последствиям изменения климата, каким образом отдельные лица и организации воспринимают риски или неопределенности при определении своих действий в области энергоэффективности.

Опросы методом анкетирования большого количества людей необходимы и для того, чтобы изучить удовлетворенность потребителей, приобретающих энергосберегающие предметы или покупающих/строющих дома из экологических материалов с минимальными вредными выбросами. В маркетинге это главная цель, так как удовлетворенность потребителя снижает уровень чувствительности к цене. За предметы, обладание которыми ценно с точки зрения пользы данного предмета или важно для поддержания статуса, покупатель готов заплатить больше. В нашем случае исследование важно с точки зрения прогноза поведения горожан или жителей иных типов поселений – можно ли ожидать от потребителей углубления интереса к энергосберегающему поведению, и какие мероприятия по повышению такой заинтересованности нужно планировать.

Наиболее распространенным методом социологического исследования является *опрос*. Опросы бывают двух видов: анкетирование и интервьюирование.

Анкетирование как метод исследования используется часто, так как он не требует слишком много времени и вложения больших средств. В эпоху цифровизации появилась возможность проведения онлайн-анкетирования,

что облегчает и ускоряет процесс исследования, при этом позволяет привлечь респондентов, находящихся на большом расстоянии от социологического центра – организатора опроса.

Вопросы в анкете должны быть сформулированы четко, кратко и должны быть понятны респонденту. Респонденту должно быть предельно ясно, о чем хотят его спросить, он не должен пытаться интерпретировать вопрос по-своему. Л.Я. Аверьянов в работе «Социология: искусство задавать вопросы» пишет: «Мы не можем учесть все личностные особенности респондентов (опрашиваемых) и условия, возникающие во время опроса, соответственно не имеем возможности менять и форму вопроса....это ставит довольно сложную задачу унификации социологического вопроса. Он должен быть построен таким образом, чтобы быть понятным всем без исключения опрашиваемым независимо от возраста, пола, образования, профессии, места жительства и т.д. Должен быть понятным всем респондентами независимо от их личностных характеристик и особенностей проведения опроса.

Такая унификация - довольно сложное дело. В ряде случаев она достигается значительным упрощением вопроса, предельно точным его понятийным содержанием или же довольно большой общностью изучаемого явления. Каждый раз выбор того или иного подхода к унификации вопроса диктуется целями и задачами исследования»¹³.

Анкета состоит из вводной, основной и заключительной частей.

1. Анкета начинается с обращения к респонденту, в котором указывается, кто проводит опрос, с какой целью проводится опрос, дается инструкция по заполнению анкеты, заверения в анонимности опроса, выражается благодарность за участие в опросе.

2. В анкете обязательно должен присутствовать **социально - демографический блок (или «паспортчика»)**, который может быть расположен в конце или начале анкеты. В этой части анкеты содержатся

¹³ Аверьянов Л.Я. Социология: искусство задавать вопросы. Издание 2-е, переработанное и дополненное. М., 1998. 347 с. URL: http://pedlib.ru/Books/5/0154/5_0154-1.shtml

вопросы, основной целью которых является выяснение социально-демографических характеристик участников анкетирования: пол, возраст и в зависимости от темы исследования другие данные (место жительства, семейное положение, доход и др.). Анкета в социологическом опросе анонимна, так как социолога не интересуют конкретные люди в отличие от журналистов, все полученные данные усредняются, выявляется среднее арифметическое, представляющее наиболее распространенную тенденцию развития проблемы.

3. Основная часть содержит вопросы, исходящие из цели, задач и гипотезы исследования. Рекомендуется распределить вопросы по блокам или разделам, обязательно пронумеровать вопросы и варианты ответов. При подсчете результатов необходимо пронумеровать и анкеты.

Классификация вопросов анкеты.

Чаще всего исследователи выделяют следующие основания для классификации:

1. По форме (открытые, закрытые, полузакрытые / полуоткрытые).

1) ответ на открытые вопросы дается респондентом в свободной форме.

Достоинствами открытого вопроса являются:

- респондент сам формулирует ответ, а не ограничивается жестким выбором альтернатив/закрытий;

- ответы дают возможность чтения между строк – получения дополнительной информации о респонденте: о его словарном запасе, уровне образования, степени информированности и его представлениях о проблеме, умению аргументировать и др.;

В качестве недостатков можно выделить:

- возникновение нежелания отвечать на вопрос, так как открытый вопрос потребует умственных и временных усилий;

- обработка ответов на открытые вопросы сложна и трудоемка.

2) ответы на закрытые вопросы предполагают выбор предлагаемых вариантов ответа на вопрос. Таким образом, у респондента меньше времени

уходит на ответ, соответственно такой вариант для него более предпочтителен.

Закрытые вопросы бывают:

а) дихотомические - содержат два взаимоисключающих варианта ответа, таких как «да» или «нет», чтобы определить крайние позиции респондента по отношению к изучаемому предмету: явлению или процессу. Большое количество вопросов с вариантами «да» и «нет» увеличивает объем анкеты, так как придется задавать мелкие и точные вопросы, на которые возможны только такие короткие ответы;

б) поливариантные (меню) - респонденту предлагается несколько вариантов ответов, из которых респондент может выбрать один, несколько или все варианты (об этом дается предупреждение респонденту);

Например: «Какой источник информации о наличии и качестве энергосберегающих лампочек вы использовали при поиске?»

1. Интернет-реклама;
2. Рекламные газеты;
3. Сайт производителя;
2. Знакомые, друзья, родственники;
3. Отзывы в социальных сетях
9. Другое _____;

в) *шкальные* - ответ на вопрос представлен в виде шкалы, респондент должен выбрать один из вариантов. Чаще всего под шкалой понимается специальный упорядоченный числовой ряд. В зависимости от вопроса и необходимости определенного характера информации используют различные шкалы: номинальную, ранговую, интервальную, оценочную.

Номинальная шкала может быть неупорядоченной, частично упорядоченной, полностью упорядоченной. Каждый элемент этой шкалы самостоятелен. Например: «Какие деревья и кусты вы предпочитаете сажать на даче?: а) яблони; б) сливы; в) смородину; г) вишню; д) свой вариант ответа

____. Данная шкала не упорядочена. Группировка осуществляется по одному основанию – плодово-ягодные деревья и кустарники.

Порядковая шкала - полностью упорядоченная шкала наименований. С помощью нее измеряют интенсивность оценок, каких-либо свойств, суждений, событий, согласие или несогласие с предложенным утверждением.

Ранговая шкала используется исследователем достаточно часто. Устанавливает соотношение между выделенными признаками в соответствии с некоторым общим основанием. Представляет собой перечень объектов, суждений, каких-либо высказываний и т. д., респондент упорядочивает по какому-то качеству или значимости в соответствии с собственным мнением или предпочтением. Предполагает полное упорядочение предложенных исследователем объектов от наиболее важных до наименее важных. Например: «Расположите нижеперечисленные ценности в порядке значимости для вас:

Ранг ценности:

- 1 Дело по душе, интересная работа
- 3 Высокий заработок, материальное благополучие
- 4 Хорошие отношения в семье
- 6 Власть, возможность влиять на людей
- 10 Хорошие и верные друзья
- 2 Престижная профессия
- 7 Знакомства, связи, возможность сделать карьеру
- 5 Душевное равновесие
- 9 Возможность путешествовать по миру
- 8 Создание собственного бизнеса
- 11 Нетрудная, спокойная работа

Другое:

Интервальная шкала представляет собой полностью упорядоченный ряд с определенными интервалами между пунктами. Чаще всего используется для получения данных о социальных характеристиках респондентов

(возраста, заработной платы, стажа и др.). Например, к какой возрастной категории Вы находитесь? а) 18 - 22 года; б) 23 – 30 лет; в) 31-40 лет; г); г) 41-55 лет; д) 55-65 лет; е) 66 лет и выше.

Оценочная шкала — в шкальных вопросах, носящих оценочный характер, респондент имеет возможность оценить предложенное высказывание, или ответить на вопрос, сделав свой выбор из перечня предложенных оценок. Оценки могут быть представлены в различных формах: вербальной, графической.

Например:

Вопрос	Оценка	Очень низко 1	2	3	4	Очень высоко 5
Как Вы оцениваете состояние Вашего района с точки зрения озеленения? (оцените по 5-балльной шкале)						

Вопрос	Оценка	Полностью согласен	Согласен	Отчасти согласен, отчасти нет	Не согласен	Полностью не согласен
Вы считаете свой район экологически благополучным?						

Вопрос	Оценка	Совсем неважно 1	2	3	4	Очень важно 5
Важно ли для Вас наличие парка в районе проживания?						

Достоинствами вопроса закрытого типа можно считать то, что они:

- удобны для опроса. Респондент охотнее отвечает на вопросы, тратит на ответы немного времени, количество пропущенных вопросов без ответа может быть минимальным;

- удобны для обработки, кодировки в случае использования исследователем специальных компьютерных программ для работы с социологическими данными;

- дают исследователю конкретную, точную информацию для ее дальнейшего анализа и т. д.

Недостатком вопроса закрытого типа можно считать: респондент вынужден выбрать предложенный вариант, у него нет возможности (при желании респондента) дать развернутый ответ.

2. По функциям (контактные, контрольные, вопросы-фильтры, буферные вопросы):

1) *Контактные вопросы.* Используются с целью установления контакта с респондентом, они должны быть простыми, понятными для опрашиваемого, давать позитивный настрой, вводить в тематическую область исследования.

2) *Контрольные вопросы.* Необходимы исследователю для проверки достоверности, искренности ответов респондентов.

3) Вопросы-ловушки, разновидность контрольных вопросов, один и тот же вопрос может быть сформулирован по-разному;

3) *Вопросы-фильтры.* Ориентируют, направляют опрашиваемого, подсказывают очередность ответов на вопросы, так как одни вопросы могут относиться к группе респондентов, выбравших в предыдущем вопросе один вариант, на другие вопросы должны ответить те, кто выбрал другой вариант.

4) *Буферные вопросы.* Связывают различные тематические блоки, помогают переключить внимание респондента, снять напряжение, усталость.

3. По содержанию (основные вопросы темы, вытекающие из задач исследования).

4. По отношению к респонденту (прямые, косвенные, проективные).

5. По значимости вопросов для выполнения цели и задач исследования выделяют вопросы вводные, основные, заключительные.

Основные ошибки при разработке анкеты:

1) *Формулировка слишком длинных вопросов и создание анкеты большого объема.* Заполнение анкеты в среднем должно занимать 15-20 минут и не

превышать 30-40 минут. Это соответствует примерно 40-60 вопросам, или 10-12 страницам анкеты.

2) *Злоупотребление сложными научными или специальными терминами*, непонятными респондентам. При проведении опроса необходимо учитывать знания, культурные особенности, кругозор опрашиваемых. Как рекомендует социолог Л. Аверьянов, вопросы должны казаться очень простыми, но именно в достижении такой простоты заключается искусство социолога.

3) *Слишком длинный перечень вариантов ответов*. Социологи утверждают, что верхним пределом для обычной анкеты является 300 альтернатив, что примерно соответствует 60 вопросам, и потребует 30-40 минут на заполнение анкеты

Вопрос 2. Метод анализа документов. Контент-анализ.

Анализ документов. Как правило, именно с анализа документов начинается исследование, так как исследователь знакомится с состоянием проблемы по имеющимся публикациям, видео-материалам, результатам ранее проведенных или аналогичных исследований.

Это метод сбора данных, при котором документы используются в качестве источника информации о чем-то прошедшем, зафиксированном. Полученные данные называются вторичными, потому что информация кем-то уже была интерпретирована и представлена, она может быть не лишена субъективизма.

Документы – это специально созданная и зафиксированная с помощью символов/знаков информация: письменные тексты (газетные статьи, научная, художественная и документальная литература), видео-, аудиозаписи, статистические, математические данные, рисунки, личные дневники, письма, протоколы допроса, архивные материалы и многое другое.

Документальные источники можно классифицировать по разным признакам:

а) *по цели создания*: целевые и наличные документы. Целевые документы создаются по просьбе исследователя, например, написание биографии, наличные документы создаются независимо от исследователя, это могут быть дневники, письма;

б) *по форме изложения*: статистические и вербальные;

в) *по общей значимости*: официальные и неофициальные. Официальными документами являются правительственные материалы: законы, заявления, постановления, документы административных органов; к неофициальным документам относят письма, дневники, воспоминания;

г) *по способу фиксации информации*: письменные, рукописные, печатные, иконографические, картины, кино- и фотодокументы, фонетические — различные аудио- и видео записи.

Анализ документов подразделяется на количественный и качественный. К сугубо количественным/формализованным анализам документов относится **контент-анализ**, где изучение проблемы и выводы делаются путем подсчета признаков, существенных для исследования и удобных для последующих обобщений, например, путем подсчета частоты и объема упоминаний тех или иных единиц исследуемого текста (смысловых единиц). Как правило, контент-анализу подвергаются периодическая печать, радио- и телепередачи, информация сети интернет.

Вопросы для контроля:

1. Какие количественные методы социологических исследований Вы знаете?
2. В каких случаях целесообразнее использовать анкетирование, в каких случаях нужно выбрать другие методы исследования?
3. Отметьте положительные и отрицательные стороны анкетирования.
4. Какие разделы необходимо выделить в анкете?
5. Какое количество вопросов рекомендуется включить в анкету, чтобы не отпугнуть респондента?
6. Какие виды документов Вы знаете?

7. Что такое смысловые единицы и как они определяются для контент-анализа»

Практическое задание:

Разработайте анкету для проведения онлайн-анкетирования по интересующей Вас теме в области энергоэффективности и изменения климата.

Рекомендуемая литература по теме:

1. Гуц, А.К., Фролова, Ю.В. Математические методы в социологии. М.: URSS-ЛКИ, 2007.

2. Иванова, З.И. Социологические методы для устойчивого развития города [Электронный ресурс] : учебное пособие. – Москва: МГСУ : Ай Пи Эр Медиа : ЭБС АСВ, 2016. – 202 с. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/48041> (дата обращения: 17.04.2020).

3. Ленъков, Р.В. Социальное прогнозирование и проектирование: учебное пособие / Р.В. Ленъков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2020. 189 с.). DOI 10.12737/1058988.

4. Паниотто, В.И. Измерение надежности социологической информации. URL: <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/53857.html>

5. Организация и проведение учебных социологических исследований. Методические указания к практическим занятиям / Власенко Л.В., Шныренков Е.А./ ФГБОУ ВПО «Московский государственный строительный университет»; научн. ред. А.Е. Беспалов. М. : МГСУ, 2014. С.48.

6. Семенова, А.В., Корсунская, М.В. Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения / под ред. В.А. Мансурова. М.: Институт социологии РАН, 2010.

7. Современные тенденции и инновационные методы в маркетинговых исследованиях: учебное пособие / Ш.Ф. Фарахутдинов. Москва: ИНФРА-М, 2021. 231 с. (сер. Высшее образование: бакалавриат). DOI 10.12737/1016648

8. Тезаурус социологии. Кн. 2. Методология и методы социального исследования: Тематический словарь-справочник / Под ред. Тощенко Ж.Т.. - М.: Юнити, 2018. - 256 с.

9. Тихонова, Е.В. Методология и методы социологического исследования: Учебник / Е.В. Тихонова. - М.: Академия, 2019. - 272 с.

10. Blackwell, R.D., Miniard, P.W., Engel, J.F. Consumer Behavior (2006). 10th Edition, Thomson South-Western College Pub, 832 p.

Тема 5. Качественные стратегии и методы исследования поведения потребителей.

Введение в лекцию

В лекции представлены качественные методы социологических исследований, которые можно использовать для исследований в области изменения климата. Дано краткое описание каждого метода, область применения, приведены примеры.

Цель обучения: Усвоить виды и методы социологического исследования для изучения поведения потребителей по отношению к энергоэффективности и изменению климата.

Основные результаты обучения: получение знаний в области организации и проведения социологических исследований, разработки инструментария исследования.

Основные вопросы по теме:

1. Кейс-стади как качественное исследование: возможности метода.
2. Интервью, фокус-группа (групповая дискуссия).
3. Наблюдение. Виды наблюдений.
4. Этнографические техники исследования

Ключевые понятия по теме: кейс-стади, наблюдение, визуальное наблюдение, интервью, этнографический метод, информант, интервьюер.

Вопрос 1. Кейс-стади как качественное исследование. Возможности метода.

Кейс-стади или монографическое исследование – это изучение одного или небольшого количества объектов (явлений, проблем, тем) - отдельного фрагмента социальной реальности, ограниченного в пространстве и времени. Как близкие к кейс-стади (иногда и как разновидности) выделяются этнографический метод и биографический метод. Проводится глубокий, полный и комплексный анализ социального феномена методами наблюдения, свободного интервью, фокус-группы. Процесс исследования отличается гибкостью исследовательского подхода: возможна доработка программы исследования в ходе проведения работ, изменение гипотез, выбор методов, способов полевого исследования.

В области изучения потребительского поведения целесообразно проводить качественные исследования в рамках стратегии кейс-стади, которые дадут возможность глубокого проникновения в тему - изучения поведения конкретной социальной группы (субкультурной, этнической, демографической, классовой) или индивида; ценностей и норм одной организации или одной субкультуры в более или менее широком внутреннем и внешнем контексте. Результаты исследования будут касаться только данного объекта исследования, но возможно построение исследования таким образом, чтобы в отдельном случае отразилась социальная реальность со всем типичным, закономерным для такого типа объекта.

Для исследования поведения потребителей целесообразно использование этнографического метода – полевого исследования, дающего возможность получения данных в естественных, повседневных условиях и прямом взаимодействии с объектом исследования¹⁴.

В работе Р. Блекуэлла дается характеристика этнографических техник которые могут быть использованы при исследовании поведения

¹⁴ Блекуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей. 10-е изд. / Пер. с англ. — СПб.: Питер, 2007.

потребителей, имеющего отношение к энергоэффективности и изменению климата.

1) *Экранирование*. Метод заключается в наблюдении за тем, как покупатели используют приобретенные товары. Исходя из этих наблюдений, описаний наблюдаемого и его интерпретации, можно сделать вывод о востребованности той или иной вещи, имеющей отношение к энергосберегающему поведению.

2) *Составление поведенческих карт* – фотографирование действий людей на протяжении какого-то времени. Исследователи признают, что в реальности есть отличия того, что люди говорят, от того, что они делают.

3) *Интервью с «крайними» категориями пользователей*, которые не знают ничего об изменении климата, и о том, как этому можно противодействовать; не знают об имеющихся технологиях снижения потребления электричества, воды и т.д. Другая категория людей – знают все, но принципиально не признают такой необходимости, считают, что им так удобнее и комфортнее жить. Еще одна категория людей – очень беспокоящаяся о результатах глобального потепления, чувствующая личную ответственность и пытающаяся внести максимальный вклад в борьбу с негативными последствиями изменения климата.

4) *Изложение историй* – рассказ о своем личном опыте применения энергосберегающей техники, оценки результатов от такого применения и дальнейшие планы по внедрению энергоэффективных технологий.

Этнографический анализ помогает выявить проблемные места в поведении потребителей с тем, чтобы затем использовать в выработке политики в области энергоэффективных технологий (их создания и внедрения), в планировании информационных и воспитательных мероприятий.

Вопрос 2. Интервью, фокус-группа (групповая дискуссия).

Интервью как качественный метод предполагает непосредственный контакт интервьюера с информантом и представляет устную беседу по вопросам исследования.

Виды интервью: свободное/неформализованное (с открытыми вопросами), полустандартизованное/полуформализованное (с открытыми и закрытыми вопросами); стандартизованное/формализованное (вопросы задаются строго в соответствии с опросным листом, предусмотрены варианты ответов)

Есть и другие обозначения интервью: экспертное, глубинное, фокусированное, стрессовое и др.

Цель интервью в стратегии качественного исследования — получение качественных описаний жизненного мира субъекта для интерпретации их смысла. В отличие от количественных методов, где получаемая информация как бы лежит на поверхности, в качественном интервью фокус смещается к глубинным механизмам человеческого поведения. Информант иногда сам не подозревает о своих знаниях, поскольку они в данный момент не являются для него актуальными, или он по данному поводу не рефлексировал. Новое знание рождается в процессе взаимодействия интервьюера и интервьюируемого. Они вместе идут к ответам на вопросы, которые прежде перед информантом не стояли. Ответы — результат размышлений. Поэтому успех глубинного интервью зависит в первую очередь от умения интервьюера слушать так, чтобы информанту хотелось рассказывать, делиться мыслями.

Поскольку интервью — это непосредственное взаимодействие двух акторов, оно всегда представляет некое драматургическое действие или мини-спектакль, требующий написания сценария, определения декораций, исполнения ролей. Соответственно, к каждому интервью разрабатывается т.н. гайд интервьюера.

Важное значение в организации и проведении интервью имеет:

- Восприятие интервьюера информантом: внешний вид, одежда, обувь, подобранные к ситуации и специфике темы беседы, возрасту, положению, взглядам информанта;

- Способность интервьюера оказывать воздействие на информанта, вызвать расположение, желание беседовать, мастерство снятия напряжения, владение искусством слушания;

- Оценка информантом сценария мини-спектакля: содержания и формы вопросов, профессионального или разговорного языка, использования той или иной лексики;

- договоренность о протяженности интервью и умение заинтересовать информанта, продлить время беседы для углубления интервью в ситуации, когда информант спешит и нервничает;

- Место проведения интервью (в кабинете, проходной комнате, в кафе, дома у информанта и др.);

- присутствие зрителей, вмешательство посторонних в процесс беседы, подсказки и отвлечения.

Успех интервью зависит от качественного отбора информантов, подготовленности и искусства взаимодействия интервьюера.

Фокус-группа как групповое интервью или групповая дискуссия.

Фокус-группа предполагает обсуждение темы/проблемы в группе из 7-10 чел.

Особенность фокус-группы заключается в том, что в ходе группового интервью создается особое социально-психологическое поле, стимулирующее к размышлениям и высказыванию собственной позиции. Атмосфера равноправного диспута провоцирует людей к отстаиванию своей позиции, аргументации своих взглядов, точки зрения. В индивидуальном интервью такую атмосферу, во-первых, трудно создать, и, во-вторых, она нежелательна, поскольку препятствует достижению специфических целей глубинного интервью, которому дискуссионность противопоказана. Именно дискуссионность представляет собой достоинство группового интервью в

сравнении с глубоким индивидуальным интервью. Структуру информации, собираемой с помощью данного метода, можно описать так: *«Ты думаешь так, а я совсем по-другому, и причина состоит в следующем...»*.

Фокус-группа — это поле, обладающее признаками спектакля с более или менее жесткой структурой. Такое определение ситуации взаимодействия участников фокус-группы предполагает, что, анализируя полученные в результате транскрибирования аудиозаписей тексты, надо принимать во внимание простой факт: мы были свидетелями не естественного поведения людей, а спектакля, в котором приглашенные «актеры» играли роль участников специально организованной дискуссии. Иначе говоря, люди высказывали свою индивидуальную точку зрения, вступали в полемику, отстаивали свое мнение, но при этом постоянно ощущали пристальное внимание к себе, и старались произвести благоприятное впечатление на других участников (и в большей степени, на ведущего). Данный эффект хорошо описан в микросоциологической теории управления впечатлениями И. Гоффмана. Фокус-группа проводится в искусственных, а не естественных условиях. Это сближает ее с экспериментом.

Фокус-группы полезны для мозгового штурма, получения спонтанной эмоциональной и вербальной (словесной) реакции. Успех групповой дискуссии зависит от профессионализма модератора, его умения создать непринужденную доверительную обстановку в группе и побудить участников «быть самим собой», иначе высока вероятность получить ожидаемую реакцию, участники будут стараться формулировать социально-приемлемые мнения.

Этот метод применяется с целью тщательного изучения различных вопросов, например, фокус-группы позволяют глубоко исследовать очень специфические аспекты процессов подготовки к приобретению какого-либо товара, например, счетчика для воды или энергосберегающих лампочек, принятия решений о покупке и использования продукта.

Вопрос 3. Наблюдение. Виды наблюдений.

Метод наблюдения состоит в основном в отслеживании поведения потребителей в различных ситуациях. Это прямая регистрация происходящих событий, протекающих процессов в объекте наблюдения – социальной группе. Наблюдатель ведет запись и методически фиксирует всё происходящее в дневнике наблюдения.

Виды наблюдений: включенное и невключенное, полевое и лабораторное, стандартизованное и нестандартизованное, систематическое и случайное.

Во включенном наблюдении исследователь становится членом группы, которую наблюдает, и является участником всех событий в течение определенного периода. Например, он поступает на работу в какую-то организацию, становится членом коллектива, команды. Окружающие либо не знают о том, что за ними наблюдают, либо их вводят в курс дела. В обоих случаях есть свои плюсы и минусы. Примеры включенных наблюдений: исследование жилищных классов (американский социолог Майкл Буравой наблюдал жизнь рабочих, устроившись на рабочее место на предприятиях в городах Сыктывкар и Москва); исследование воздействия физических условий труда на производительность труда (лабораторное наблюдение на стадии экспериментальной проверки гипотезы во время проведения Хоторнского эксперимента, США).

Рекомендуемая литература по теме:

1. Ильин, В.И. Драматургия качественного полевого исследования. СПб. : Интерсоцис, 2006. 256 с.
2. Мельникова, О.Т. Фокус-группы. Методы, методология, модерирование. М.: Аспект Пресс, 2007.
3. Кравченко, А.И. Методология и методы социологических исследований: Учебник для бакалавров / А.И. Кравченко. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 828 с

4. Страусс, А., Корбин, Дж. Основы качественного исследования. Обоснованная теория. Процедуры и техники. М.: КомКнига, 2007.

5. Полухина Е. Case-study как исследовательская стратегия. URL: <https://www.researchgate.net/profile/Elizaveta-Polukhina-2/publication/325827779>

6. System Innovation for Sustainability 4: Case Studies in Sustainable Consumption and Production — Energy Use and the Built Environment. Edited by [Saadi Lahlou](#). 2011, 232 p.

Тема 6. Психологические методы изучения мотивации потребителей, связанные с энергоэффективностью и изменением климата.

Введение в лекцию

В лекции представлены некоторые психологические методы, которые можно использовать для исследования поведения потребителей, в том числе в области энергоэффективности и изменения климата. Дано краткое описание каждого метода, область применения, приведены примеры.

Цель обучения: Усвоить методы психологических исследований для возможного применения в области профессиональной деятельности архитекторов, градостроителей, специалистов а области управления.

Основные результаты обучения: получение знаний в области организации и проведения психологических исследований, разработки инструментария исследования.

Основные вопросы по теме:

1. Роль и значение психологических факторов в борьбе с негативными последствиями изменения климата.
2. Проективные методики в психологии.
3. Поведенческая экономика как метод изучения экономического поведения.
4. Физиологическое наблюдение.

Ключевые понятия по теме: экологическая и климатическая психология, эмоции, ощущения, связь с окружающим миром, психографика, тестирование.

Вопрос 1. Роль и значение психологических факторов в борьбе с негативными последствиями изменения климата.

Изменение климата это не только политическая, социальная и экономическая проблема, а еще и психологическая, поскольку отношение к природе, окружающему миру начинается с эмоциональных и когнитивных реакций людей на действительность. Поведение включает как осознанные, так и подсознательные импульсы, изучением которых может заниматься только психология с помощью своих апробированных методов.

Для определения рациональной и одобряемой политики в области энергоэффективности и изменения климата нужно научиться понимать глубинные мотивы поведения (иногда еще не осознанные самим индивидом) и предсказывать реакции людей на те или иные социальные и природные процессы. Как считают психологи, только таким образом мы можем справиться с возрастающими угрозами.

Люди по-разному реагируют на информацию о глобальном потеплении. Большинство людей, действительно, понимает, что происходят необратимые процессы изменения климата, другие же отказываются признать этот факт. Психологи изучают, что именно заставляет людей реагировать определенным образом и что от них ожидать в будущем: будут ли они выполнять мероприятия, намеченные в рамках программ по борьбе с негативными последствиями изменения климата, будут ли принимать участие в защите окружающей среды. Более того, как можно на них воздействовать, чтобы выработать у них энергоэффективное ответственное поведение. Как известно, на поведение людей влияют многие факторы. Например, как данные проблемы освещаются в прессе, какую информацию – негативную ли позитивную, безысходную или обнадеживающую – получают читатели газет и зрители телепрограмм.

Постоянное устрашение глобальными катастрофами может воздействовать угнетающе на психологическое состояние. Некоторые ученые объясняют страх людей перед природными и антропогенными угрозами и попытку уйти от проблем подобным образом: «Это не потому, что людям все равно. Скорее, самым простым эмоциональным ответом на проблему становится глубокое чувство беспокойства и потери, которое, в свою очередь, вызывает бессилие и отчаяние. Подобное эмоциональное состояние необдуманного и непережитого горя о разрушенном мире и потерянном будущем является «замороженным». Ученые называют его «экологической меланхолией», и именно она мешает нам активно принимать меры по улучшению ситуации»¹⁵.

Воздействие глобального изменения климата на психическое здоровье подтвердило несколько эмпирических исследований ученых из университета Южной Калифорнии США. В представленном ими обзоре описано воздействие на психическое здоровье трех типов климатических явлений: 1) острые явления, такие как ураганы, наводнения и лесные пожары; 2) подострые или долгосрочные изменения, такие как засуха и тепловой стресс; и 3) экзистенциальная угроза длительных изменений, включая более высокие температуры, повышение уровня морских вод и измененная и потенциально непригодная для жизни физическая среда. Воздействие представляет собой как прямые (например, тепловой стресс), так и косвенные (например, экономические потери, угрозы здоровью и благополучию, перемещение и вынужденная миграция, коллективное насилие и гражданские конфликты, а также отчуждение от деградировавшей окружающей среды) последствия глобального изменения климата ¹⁶.

¹⁵ Психология – тоже средство борьбы с изменением климата? <https://andrio.ru/katakлизmy/13603-psihologiya-tozhe-sredstvo-dlya-borby-s-izmeneniem-klimata-7-foto-katakлизmy.html>

¹⁶ Palinkas L.A., Wong M. Global climate change and mental health. *Current Opinion in Psychology*, 2020, vol. 32, pp. 12-16

Как наука о человеческом поведении психология может внести вклад как в понимание, так и в устранение угрозы изменения климата? Для достижения целей по смягчению последствий изменения климата психологам необходимо выйти за рамки привычного поведения, которое они обычно изучают, и сосредоточиться на действиях, которые имеют большее влияние в долгосрочной перспективе.

Вопрос 2. Проективные методики в психологии.

Проективные методики направлены на измерение свойств личности и особенностей интеллекта. Сам метод основан на выявлении проекций в данных эксперимента (восприятие испытуемым ситуации) с последующей интерпретацией. Каждая интерпретация вскрывает уникальную систему личностных смыслов и когнитивных стилей – субъективных неосознанных причин поведения. С помощью проективного метода и проективных методик, например, можно установить, почему люди не экономят воду и не устанавливают счетчики воды, или же почему люди не экономят электричество, хотя не являются богатыми людьми и вынуждены жить очень скромно.

Проективные методики позволяют проникнуть в сознание человека, «сломать» или обойти его психологическую защиту. Людям свойственно скрывать свои личные мысли и намерения по каким-то причинам, либо быть откровенным запрещают культурные традиции, либо они стесняются признаться в чем-то, что неодобряемо референтной группой. Бывают ситуации, когда индивид не осознал свои истинные мотивы и не может вербализовать их.

Проективные методики требуют напряжения мысли, творчества, воображения, их можно использовать во время групповых дискуссий (фокус-групп), интервью и «мозговых штурмов».

Проективные методики:

- Методики дополнения с применением словесных стимулов. От респондента требуется назвать слова, которые «приходят на ум» в связи с

услышанным словом (ассоциативный тест К. Г. Юнга). Набор неоконченных предложений или неоконченный рассказ, которые требуют завершения («Неоконченные предложения»). Вопрос, на который необходимо дать определенное количество ответов («Кто Я?»).

- Методики интерпретации с применением визуальных стимулов — набора картинок, фотографий. От респондента требуется составить рассказ (Тематический апперцепционный тест Мюррейма) по предложенным картинкам; ответить на вопросы по предложенным ситуациям на картинках (Тест фрустрации Розенцвейга, Тест Жилия); отобрать приятные-неприятные картинки-фотографии (Тест Сонди).

- Методики структурирования. Тестируемому показывают малоструктурированный стимульный материал, например, карточки с чернильными пятнами. Он должен назвать все, что видит, где это видит и почему чернильное пятно вызывает у него тот или иной образ. Записываются все слова и действия пациента, а также отмечается продолжительность ответов. (Толкование случайных форм Г. Роршаха).

- Методики изучения экспрессии (анализ почерка, особенностей речевого поведения). В маркетинге изучается эмоциональное восприятие тестируемым исследуемого продукта или марки и образы, ассоциирующиеся с данным предметом.

- Методики изучения продуктов творчества. Предметом интерпретации является рисунок, который рисует респондент («Дом. Дерево. Человек», «Дерево», «Человек», «Два дома», «Рисунок семьи», «Пиктограмма», «Автопортрет», «Картина мира», «Свободный рисунок», «Несуществующее животное»).

Вопрос 3. Поведенческая экономика как метод изучения экономического поведения.

Поведенческая экономика изучает влияние социальных, когнитивных, эмоциональных факторов на поведение в сфере экономики, принятие экономических решений отдельными лицами, социальными группами и их

отражение на рыночных показателях (цены, прибыль, распределение ресурсов).

На принятие решения индивидом или группой влияют многие факторы: потребности, интересы, стимулы, социальные воздействия, психологические особенности личностного восприятия и суждения.

Нобелевский лауреат Ричард Талер говорил: «представьте себе, что вы идете покупать калькулятор, который стоит 20 долларов. Вам говорят, что в другом месте в десяти минутах ходьбы отсюда продается такой же калькулятор, но стоит он 15 долларов. Пойдете ли вы за ним в другой магазин? Большинство людей в этом случае скажет, что да. А теперь представьте, что вы покупаете компьютер, который стоит 1000 долларов, и вам говорят, что в другом магазине такой же стоит 995 долларов. Пойдете ли вы туда покупать компьютер? Большинство людей отвечает отрицательно, хотя это те же самые деньги. В чем разница? В том, что у вас в голове есть разный масштаб цен и разные точки отсчета»¹⁷. Иначе говоря, люди принимают решение, опираясь на прямой выигрыш или проигрыш, но и сравнивая соотношения и опираясь на контексты. В поведенческой экономике это называется *mental accounting* или «мысленная бухгалтерия». Решение индивида связано не только с объективной реальностью и чистой рациональностью, но и его субъективным восприятием этой реальности.

Поскольку есть определенные законы человеческого поведения, согласно которым множество людей демонстрирует определенный тип поведения и принимает похожие решения (стереотипы мышления, паттерны), их можно подталкивать к принятию нужных решений, но при этом у них должно присутствовать убеждение, что они действуют, исходя исключительно из своих личных интересов.

¹⁷ Как поведенческая экономика меняет представление о человеке.
[URL:https://www.hse.ru/ma/financial/news/211225497.html](https://www.hse.ru/ma/financial/news/211225497.html)(Дата обращения 22.03.2021.)

Такой подход лег в основу деятельности организаций - Behavioural Insights Units¹⁸. Сотрудники организации изучают определенные закономерности, этнические и национальные особенности, стереотипы поведения, факторы, влияющие на принятие решения, и на данной основе разрабатывают механизмы подсказывания (подталкивания) людям правильных решений с эффектом самостоятельного принятия без принуждения. Например, механизмы поведенческой экономики можно использовать для стимулирования покупки домов, построенных по «зеленым» технологиям, экологических строительных материалов, приобретения экологических продуктов. Речь не идет о нанесении ущерба и обмане покупателей, просто таким образом можно направлять принятие решений в позитивную (выгодную) для индивида сторону, например, можно стимулировать людей к энергоэффективному и климатосберегающему поведению (покупке счетчиков, установке энергоэффективных приборов, отказу от дизельных автомобилей, использованию велосипеда для передвижения и т.д.)

Вопрос 4. Физиологическое наблюдение.

Метод *физиологического наблюдения* включает в себя техники, позаимствованные из медицины, психологии и других наук. Наблюдатель сам или с помощью видеокамеры может следить за движением глаз, устанавливая, на чем задерживается взгляд, как часто именно на этот объект смотрит наблюдаемый и на какое время останавливает взгляд. Таким образом, можно понять, например, интересуется ли индивид тем или иным предметом или объектом, какие у него при этом возникают реакции. Можно следить за артикуляцией, изменением тембра голоса, паузами в речи. Голосовой анализ позволяет измерить уровень интенсивности реакции. Мимика лица, интенсивная жестикуляция или ее отсутствие,

¹⁸ Как поведенческая экономика меняет представление о человеке.

URL:<https://www.hse.ru/ma/financial/news/211225497.html>(Дата обращения 22.03.2021.)

неконтролируемые микро-жесты также открывают доступ к осознанным и неосознанным реакциям индивида в той или иной ситуации.

Вопросы для контроля

1. Какие психологические методы можно применять для изучения поведения людей в области энергоэффективности и изменения климата?
2. Каковы особенности проективных техник исследования поведения?
3. Насколько эффективны психологические методы для установления моделей потребления?
4. Какова специфика использования метода поведенческой экономики для исследования энергоэффективного и климатосберегающего поведения?
5. Что можно выяснить с помощью физиологического наблюдения?

Практические задания:

1. Заполнить тест 16 ассоциаций К.Г. Юнга (<https://experimental-psyche.ru/test-associacij-yunga/>).
2. Пройти тестирование по оригинальному тесту Сонди (<https://psyttests.org/szondi/szondi-run.html>)

Рекомендуемая литература по теме:

1. Гурджи, И. Проективные методики в качественных исследованиях. "Практический маркетинг", 2000, № 1. <https://www.cfin.ru/press/practical/2000-01/01.shtml>
2. Морозова, С.В., Козлов С.В. Экологическое поведение как проблема исследования в отечественной и зарубежной психологии. Психология. Психофизиология. 2020. Т. 13, № 1. С. 14–22. DOI: 10.14529/jpps200102
3. Инглхарт, Р. Культурная эволюция: как изменяются человеческие мотивации и как это меняет мир. М. : Мысль, 2018. 346 с.
4. Каменская, Е. Н. Психологическая безопасность личности и поведение человека в чрезвычайной ситуации : учебное пособие. Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2017. 110 с. ISBN 978-5-9275-2584-3. URL: <http://www.iprbookshop.ru/87480.html>

5. Массовое сознание и поведение: тенденции социально-психологических исследований / А. Л. Журавлев, В. А. Соснин, Д. А. Китова [и др.]. — Москва : Издательство «Институт психологии РАН», 2017. — 424 с. — ISBN 978-5-9270-0360-0. URL: <http://www.iprbookshop.ru/88080.html>

6. Волков, Б.С. Методология и методы психологического исследования (для бакалавров) / Б.С. Волков, Н.В. Волкова. - М.: КноРус, 2018. - 320 с.

7. Burke, M., Ockwell, D., Whitmarsh, L. (2018) Participatory arts and affective engagement with climate change: The missing link in achieving climate compatible behaviour change? Global Environmental Change. Vol. 49, Pp. 95-105

8. Gifford, R., Lacroix, K., Chen, A. 7 - Understanding responses to climate change: Psychological barriers to mitigation and a new theory of behavioral choice. Psychology and Climate Change, 2018, Human Perceptions, Impacts, and Responses, Pp. 161-183

9. Manning, Ch, Clayton S. Psychology and Climate Change. Publisher: Academic Press Release Date: June 2018.

10. Kimberly, S. Wolske, Paul C. Stern. (2018) 6 - Contributions of psychology to limiting climate change: Opportunities through consumer behavior. Psychology and Climate Change. Pp. 127-160

Тема 7. Государственная политика в области энергоэффективности и изменения климата.

Введение в лекцию.

Лекция знакомит с основными направлениями выработки и реализации политики в области энергоэффективности и изменения климата. Показаны действия субъектов политики: государства, международных организаций, бизнес-сообществ, экологических движений и организаций гражданского общества.

Целью обучения по этой теме является ознакомление обучающихся с решениями ООН, правительств и других властных структур конкретных

государств, различных организаций в области энергоэффективности и изменения климата.

Предполагаемые основные результаты обучения:

В результате изучения данной темы студент сможет: проанализировать вклад различных международных организаций, государства, бизнеса, также общественных движений по обеспечению энергоэффективности и адаптации к последствиям изменения климата, принять участие в определении политики в данной сфере в будущей профессиональной деятельности.

Основные вопросы темы:

1. Международные организации в борьбе с последствиями изменения климата.
2. Европейские государства и Россия: выработка региональной и государственной политики.
3. Участие национальных организаций гражданского общества в экологических движениях по обеспечению энергоэффективности и снижению негативных эффектов и изменения климата.

Ключевые понятия по теме: биосфера, природные ресурсы, энергопотребление, глобальное потепление, поведение потребителей.

Американские исследователи потребительского поведения, маркетологи Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. утверждают, что поведение потребителей помогает формулировать государственную политику. «Организации и частные лица, связанные с государственной политикой, должны понимать потребности потребителей при формулировании политики по вопросам экономики, социального благополучия, планирования семьи или же по любому другому вопросу»¹⁹.

Вопрос 1. Международные организации в борьбе с последствиями изменения климата.

¹⁹ Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей. 10-е изд. / Пер. с англ. — СПб.: Питер, 2007. — 944 с:

Рамочная конвенция Организации Объединенных Наций об изменении климата была принята 9 мая 1992 года. ООН признала, что изменение климата Земли и его неблагоприятные последствия для планеты должны стать предметом озабоченности всего человечества. Поскольку изменение климата во многом вызвано антропогенными причинами – индустриальной деятельностью человека и выбросами парниковых газов в атмосферу, понадобится максимально широкое «сотрудничество всех стран и их участие в деятельности по эффективному и надлежащему международному реагированию сообразно их общей, но дифференцированной ответственности и реальным возможностям, а также их социальным и экономическим условиям»²⁰.

16 февраля 2005 года вступил в силу Киотский протокол. Согласно протоколу в период действия обязательств с 2008 по 2012 год развитые страны берут на себя обязательства по снижению общих выбросов парниковых газов как минимум до уровня на 5 процентов ниже значения 1990 года. Первый период выполнения обязательств по Киотскому протоколу начался в 2008 году и закончился в 2012 году. Вторым периодом начался 1 января 2013 года и закончился в 2020 году. Участниками Киотского протокола являлись 192 государства.

На 21-й сессии Конференции сторон Рамочной конвенции Организации Объединенных Наций (РКИКООН) об изменении климата в Международный день Матери-Земли 22 апреля 2016 г. заключено историческое Парижское соглашение по борьбе с изменением климата и активизации деятельности, необходимой для обеспечения устойчивого низкоуглеродного развития. Своим подписи в Соглашении поставили представители 175 государств. Оно объединяет все народы с тем, чтобы предпринять решительные шаги по борьбе с изменением климата и смягчению его последствий и оказать в этом помощь развивающимся странам. Главная цель Парижского соглашения

²⁰ Рамочная конвенция Организации Объединенных Наций об изменении климата.
https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/climate_framework_conv.shtml

заключается в укреплении глобальных мер по борьбе с изменением климата - удержать повышение глобальной температуры в этом веке в пределах 2 °С и попытаться даже снизить этот показатель до 1,5 °С.

В сентябре 2019 года Генеральный секретарь ООН провел Саммит по климату, на котором обсуждались проблемы в данной области. Мировые лидеры выступили с докладами о предпринимаемых мерах и запланированных мероприятиях в преддверии Конференции ООН по климату. Саммит был посвящен ключевым областям, в которые имеют наибольшее значение для решения задач в области изменения климата — тяжелая промышленность, природные решения, города, энергетика и финансирование мер по борьбе с изменением климата.

Следующая двадцать шестая сессия Конференции Сторон (КС-26) РКИКООН состоится в ноябре 2021 года в Глазго.

В рамках организаций ООН принимается множество других документов по определению политики в области энергоэффективности и борьбы с последствиями изменения климата.

Например, в 2011 году опубликован Глобальный доклад ООН-Хабитат по населенным пунктам «Города и изменение климата: направления стратегии». Цель Программы ООН-Хабитат по населенным пунктам - «повышение осведомленности, особенно правительств и всех интересующихся развитием городов и климатическими изменениями, о вкладе городов в изменение климата, о воздействии изменения климата на города и о том, как города смягчают последствия такого изменения и адаптируются к нему»²¹.

В докладе дан анализ произошедших изменений в климате планеты и их последствий и содержится тезис, что при дальнейшей урбанизации понимание воздействия изменения климата на городскую среду будет

²¹ Города и изменение климата: направления стратегии. Глобальный доклад о населенных пунктах 2011 года. Программа ООН по населенным пунктам. <https://unhabitat.org/sites/default/files/download-manager-files/Cities%20and%20Climate%20Change%20Global%20Report%20on%20Human%20Settlements%202011%20%20ABRIDGED%20%28RUSSIAN%29.pdf>

приобретать все большее значение. Накапливаются свидетельства, что изменение климата создает уникальные проблемы для городов и их растущего населения.

В докладе также обращается внимание, что особо важными должны стать действия на местном уровне, именно действия на местах являются непременным условием реализации национальных обязательств в области изменения климата, оговоренных на международном уровне.

Международной организацией объединенных наций определяются и основные направления политики по обеспечению энергоэффективности и ее воздействию на процессы изменения климата в конкретных сферах и местном уровне. Один из таких документов называется: «Политика повышения энергоэффективности и передовой опыт. Структурированный анализ существующих оптимальных подходов к повышению энергоэффективности в целях смягчения изменения климата и устойчивого развития». В документе указаны типы политики, обеспечивающие энергоэффективность, дан обзор передовых практик:

- Межотраслевая политика: управление;
- Межотраслевая политика: финансирование;
- Политика в отношении коммунальных предприятий;
- Политика в отношении домохозяйств: жилые дома и бытовая техника;
- Политика в отношении транспорта, пассажирского и грузового;
- Политика в отношении предпринимательского сектора: промышленные, малые и средние предприятия.

По всем направлениям приведены конкретные факты и цифры о достигнутых успехах ²².

Системы реагирования на изменение климата также появляются и на уровне больших регионов. Одним из таких примеров является «Азиатско-Тихоокеанское партнерство по экологически чистому развитию и климату»,

²² Политика повышения энергоэффективности и передовой опыт. Структурированный анализ существующих оптимальных подходов к повышению энергоэффективности.
https://unecce.org/DAM/energy/se/pdfs/geee/pub/ECE_ENERGY_100_Rev.1_R.pdf

которое является партнерским объединением семи крупнейших стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Другим примером регионального сотрудничества является «Европейская система торговли выбросами», которая представляет собой крупнейшую систему торговли выбросами парниковых газов в мире, насчитывая в своем составе 25 стран.

Вопрос 2. Европейские государства и Россия: выработка региональной и государственной политики.

В странах ЕС принимаются новые законодательства и актуализируются прежние в области защиты окружающей среды и адаптации к изменениям климата, а также разрабатываются новые строительные нормы и правила, учитывающие эффекты изменения климата.

В течение 15 лет в рамках градостроительного законодательства Франции учитывается экологическая составляющая. Любой проект проходит процедуру одобрения и утверждается только после получения полной информации о влиянии на экологию с целью исключения опасности нанесения вреда биосфере. Закон предписывает сохранение природных объектов и охрану естественной среды обитания.

В Строительном кодексе Германии (BauGB) защита окружающей среды провозглашена основным принципом строительной (градостроительной) деятельности. «Градостроительные планы должны обеспечивать устойчивое градостроительное развитие, гармонично сочетающее социальные, экономические и природоохранные требования, в том числе и в аспекте ответственности перед будущими поколениями, а также социально справедливое землепользование, которое учитывает потребности населения в жилье. Они должны вносить вклад в обеспечение достойной человека среды проживания, в защиту и развитие естественных основ жизни, а также

содействовать защите климата и адаптации к климатическим изменениям, в том числе и в городском развитии»²³

В Швейцарии на строительный сектор приходится около трети выбросов CO₂. Стандарты кантонального строительства, а также федеральная и кантональная программы строительства планируют ужесточение норм выбросов парниковых газов.

Основная задача ЕС – к 2050 году стать первой крупной «климатически нейтральной» экономикой с чистыми нулевыми выбросами CO₂ и климатосберегающей территорией.

В докладе Европейского климатического фонда о климатической политике всех стран ЕС отмечается, что Испания, Франция, Греция и Швеция ближе других стран ЕС подошли к исполнению планов по борьбе с изменением климата.

По оценкам составителей доклада, если страны не изменят климатическую политику, уже к 2030 году Испания достигнет поставленных целей с вероятностью 53 %, Франция – 47 %, Греция – 43 %, а Швеция – 42 %. К 2050 году Ирландия планирует достичь нулевых выбросов вредных веществ.

Россия позднее присоединилась к мероприятиям по охране климата. В Климатической доктрине России, утвержденной в 2009 году, был признан факт глобального потепления и правомерность гипотезы об антропогенной составляющей данного явления, подчеркнута необходимость государственной поддержки научных исследований. В 2011 г. Правительство Российской Федерации утвердило Комплексный план реализации Климатической доктрины страны на период до 2020 г., однако климатического приоритета в политике до сих пор нет и нет отдельного законодательства по борьбе с изменением климата.

Россия подписала Парижское соглашение, и в 2019 году разработан Национальный план реализации Парижского соглашения по климату,

²³ Градостроительный кодекс Германии (BauGB) URL: https://agrardialog.ru/files/prints/gradostroitelny_kodeks_germanii_baugb_.pdf

которое направлено на противостояние угрозам изменения климата и повышение способности адаптироваться к неблагоприятным последствиям. В этом документе определены поэтапные шаги до 2022 года. За три предстоящих года должны быть разработаны отраслевые и региональные планы адаптации, однако какие-либо конкретные мероприятия в плане не указаны.

В настоящее время Президентом Российской Федерации подписан Федеральный закон от 02.07.2021 № 296-ФЗ "Об ограничении выбросов парниковых газов". Кроме того, издано Распоряжение Правительства РФ от 11.02.2021 N 312-р «Об утверждении Стратегии развития лесного комплекса Российской Федерации до 2030 года». Региональные планы адаптации к изменению климата находятся пока в разработке, к концу третьего года исполнения Национального плана они должны быть представлены.

Более активные меры в России предпринимаются в области энергоэффективности, хотя и здесь есть некоторые проблемы. Закон об энергоэффективности в России был принят в 2009 году, он был рассчитан до 2020 года и устанавливал цель снижения энергоемкости российского ВВП на 40% к 2020 году. В декабре 2019 года Правительство РФ вынуждено было признать, что за прошедшие десять лет энергоемкость ВВП снизилась всего на 9%, а в последние четыре года не снижается. В августе 2020 года Минэкономики разработало новую версию плана, установив новую цель по снижению энергоемкости на 2030 год — 35% от уровня 2017 года (или около 42% от 2009 года)²⁴.

Под эгидой Европейской экономической комиссии ООН запущен проект по повышению энергоэффективности в строительстве в семи странах: Армении, Грузии, Кыргызстане, Республике Молдова, Таджикистане, Украине и Узбекистане.

В проекте обращается внимание на строительную отрасль как наиболее вредную в экологическом плане в настоящее время. Констатируется, что в

²⁴ Министерство энергетики РФ. URL: <https://minenergo.gov.ru/node/5195>

настоящее время на строительную отрасль приходится 40 процентов общемировых выбросов CO₂, связанных с энергетикой и производственными процессами. Речь идет о технологиях строительства, энергоэффективности зданий и сооружений, экологически вредных строительных материалах. Новый проект призван способствовать строительству высокоэффективных зданий, наладить поставки для строительства энергосберегающих материалов, технологий и оборудования. Проект направлен также на то, чтобы связать отдачу от энергоэффективных зданий с определяемыми на национальном уровне вкладами в борьбу с глобальным потеплением и продвижением устойчивого развития. Речь идет не только об экономии энергии в ходе строительства, но и о том, чтобы по завершении проекта сохранялись энергоэффективные методы управления зданиями. Авторы нового проекта уверены, что активное сокращение спроса на энергию в строительстве, декарбонизация энергетического сектора и использование энергоэффективных материалов замедлит изменение климата и принесет значительную выгоду экономике.

Вопрос 3. Участие национальных организаций гражданского общества в экологических движениях за обеспечение энергоэффективности и снижение негативных эффектов изменения климата.

В борьбу с негативными последствиями изменения климата активно включаются организации гражданского общества. Во Франции разворачивается деятельность негосударственной организации «France Nature Environnement», возникшей в 60-е годы из натуралистов и ученых университетского уровня. Организация на данный момент охватывает всю территорию страны, ее членами являются более 880 тысяч человек, около 2000 человек являются волонтерами.

Под управлением организации находится около четверти всех заповедников страны. «France Nature Environnement» оказывает огромное влияние на политическую жизнь страны, решая локальные и федеральные

экологические споры, а также организует экологическое воспитание населения.

Штат ассоциации насчитывает около 100 юристов, большая часть которых работает на безвозмездном основании. Члены ассоциации уверены, что экологическое образование необходимо внедрять в ВУЗы, которые готовят представителей власти. Ассоциация воспитывает депутатов, которые прислушиваются к местному населению, доносят мнение общественности до вершин власти. Формирует правильное мировоззрение чиновников на экологические проблемы и пути их решения

Общественное участие граждан в принятии градостроительных проектов – распространенная практика в Дании. В правовой системе Дании гражданам предоставляется возможность стать активными членами ассоциаций, отстаивающих интересы определенной группы людей, т.е. групп по интересам или неправительственных организаций (НПО). В соответствии с Датской хартией взаимодействия сети добровольцев и общественных организаций Дании с государственным сектором горожане объединяются в общественные организации и городские сообщества для реализации государственной политики на локальном уровне, на основе общих ценностей и задач, которые решают местные органы государственной власти.

Неправительственные организации играют важную роль в датской демократии благодаря своему активному участию в обсуждениях. Любой гражданин может инициировать дискуссию в порядке общественного обсуждения, в первую очередь, по экологическим вопросам, состоянию комфортности среды городов и поселений; их мнение также учитывается при обсуждении предложений, вносимых политиками. Цель - минимизация ошибок, могущих вызвать неблагоприятные воздействия, в процессе работы над проектом.

В выработке политики в области противодействия негативным последствиям изменения климата участвуют различные организации, начиная от мировых и международных, заканчивая местными сообществами.

Примером активного участия также являются Церковь и иные религиозные организации.

В разделе «Церковь и проблемы экологии» «Основ социальной концепции Русской Православной Церкви» констатируется, что «Православная Церковь, сознающая свою ответственность за судьбу мира, глубоко обеспокоена проблемами, порожденными современной цивилизацией»²⁵. Важное место среди них занимают экологические проблемы.

Широко известна также экологическая энциклика LAUDATOSI' Папы Римского Франциска (2015г.), где также подчеркивается, что священный долг человечества - быть распорядителем Земли, защищать ее ресурсы, а также «возделывать и хранить сад мира».

Одна из основных проблем Энциклики – изменение климата. «Климат - общее благо, принадлежащее всем и предназначенное для всех, констатирует папа Франциск, - Человечество призвано признать необходимость изменения образа жизни, производства и потребления, чтобы бороться с этим потеплением или, по крайней мере, с человеческими причинами, которые его вызывают или усугубляют»²⁶. Папа Римский провозгласил пять инициатив, направленных на сдерживание процессов изменения климата.

Исламские лидеры также представили Исламскую декларацию об изменении климата (2015 г.) призывающую 1,6 млрд. мусульман во всем мире к 2050 году отказаться от выбросов парниковых газов и использовать стратегии применения возобновляемых источников энергии.

Идея ответственности за планету распространяется среди верующих под влиянием религиозных авторитетов. Исследования, проведенные в разных странах среди верующих различных конфессий, показывают поворот в экологическом сознании. В частности, такое исследование было проведено

²⁵ Основы социальной концепции русской православной церкви. URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/419128.html>

²⁶ Encyclical Letter LAUDATO SI' of the Holy Father Francis on Care for Our Common Home. URL: https://www.vatican.va/content/dam/francesco/pdf/encyclicals/documents/papa-francesco_20150524_enciclica-laudato-si_en.pdf

среди членов религиозной экологической организации Eco-CongregationScotland (ECS). ECS включает сеть из более, чем 400 церквей (пресвитерианские, епископальные, методистские, унитаристские, квакерские и римско-католические общины). 292 человека были опрошены об их мнении насчет ответственности людей перед планетой и об их отношении к экологическим проблемам, таким как изменение климата. Исследователей интересовало, повлияли ли идеи, которые транслировали авторитетные или заслуживающие доверия источники среди христиан (например, Библия или папа римский), на отношение верующих к окружающей среде, на их практические действия. На вопрос о том, какие конкретные меры по противодействию изменению климата предпринимают члены общин, были получены следующие ответы: применяют энергоэффективные технологии – 79%, участвуют в управлении отходами или переработке – 78%, заботятся о животных и дикой природе – 29%, реализуют проекты садоводства – 42%²⁷.

Общественно-политические, религиозные лидеры и социологи изучают поведение потребителей в целях борьбы с такими проблемами, как чрезмерное или недостаточное потребление, личные инициативы и помощь в борьбе с негативными последствиями изменения климата.

Вопросы для контроля:

1. Какие международные решения в области энергоэффективности и изменения климата приняты за последние 30 лет?
2. Какие международные организации, борющиеся против негативных последствий глобального потепления, Вы знаете?
3. Какими аспектами городского развития занимается ООНХабитат?
4. Какие решения в области изменения климата приняты на государственном уровне в России?

²⁷ Kidwell Je., Ginn F., Northcott M. et al. Christian climate care: Slow change, modesty and eco-theo-citizenship. GEO: Geography and Environment, Vol.5, Issue 2. <https://doi.org/10.1002/geo2.59>

5. Какие практические мероприятия по защите климата проводятся в России?

6. Какие региональные приказы и постановления в области энергоэффективности и изменения климата приняты в России?

Практическое задание:

Проведите сравнительный анализ документов в области энергоэффективности и изменения климата в ЕС и России? Сравните те практические шаги, которые уже приняты и воплощаются в России и странах ЕС.

Рекомендуемая литература по теме:

1. Прохода, В. А. Энергосберегающее поведение населения России и других европейских стран // Энергобезопасность и энергосбережение. 2018. № 3 (81). С. 30—35. <http://www.doi.org/10.18635/2071-2219-2018-3-30-35>.

2. Lejano, R.P. Climate change and the relational city. *Cities*. Vol. 85, 2019, Pp. 25-29. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2018.12.001>

3. Fairbrother, M., Johansson Sevä, I., Kulin, J. Political trust and the relationship between climate change beliefs and support for fossil fuel taxes: Evidence from a survey of 23 European countries. *Global Environmental Change*. Volume 59, November 2019, 102003. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2019.102003>

4. Spangenberg, J. H., Lorek S. Sufficiency and consumer behaviour: From theory to policy. *Energy Policy*, Vol. 129, 2019, Pp. 1070-1079. [10.1016/j.enpol.2019.03.013](https://doi.org/10.1016/j.enpol.2019.03.013)

5. Williamson, K., Satre-Meloy, A., Velasco, K., & Green, K. (2018). *Climate Change Needs Behavior Change: Making the Case for Behavioral Solutions to Reduce Global Warming*. Arlington, VA: Rare.

6. Nauges, C., Wheeler S.A. (2017) The Complex Relationship Between Households' Climate Change Concerns and Their Water and Energy Mitigation Behaviour. *Ecological Economics*, Volume 141, Pp. 87-94. [10.1016/j.ecolecon.2017.05.026](https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2017.05.026)

7. K. M.Perkins, N. Munguia, R.l Moure-Eraso. International perspectives on the pedagogy of climate change. Journal of Cleaner Production. Vol. 200, 2018, Pp. 1043-1052. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.07.296>

8. Tobler, Ch., Visschers, VHM., Siegrist, M. Addressing *climate change*: Determinants of *consumers'* willingness to act and to support policy measures. Journal of Environmental Psychology. Vol. 32, Issue 3, 2012, Pp.197-207. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2012.02.001>

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Учебное пособие, посвященное изучению поведения потребителей, связанного с энергоэффективностью и изменением климата с помощью количественных и качественных социологических и психологических методов, является новаторским и чрезвычайно актуальным. Происходящие в мире изменения свидетельствуют об ускорении процессов изменения климата и глобального потепления. Между тем, как массовое сознание жителей разных регионов земли, так и мышление представителей власти и управления отстают от действительности. До сих пор нет осознания в должной степени опасности промедления реагирования и принятия действенных мер. В данном учебном пособии анализируются результаты социологических опросов населения, степень обеспокоенности и готовности включиться в процесс противодействия изменениям климата, даются рекомендации, как провести исследования для выявления реальной ситуации. Пособие окажет некоторую помощь студентам в изучении поведения жителей городов и поселений. Надеемся, что оно окажется особо полезным для студентов и практиков - градостроителей, непосредственно связанных с проектированием безопасных, комфортных и устойчивых городов.