

ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ УЧАСТИИ ВСЕМИРНОГО БАНКА
И МЕЖДУНАРОДНОГО ВАЛЮТНОГО ФОНДА

XIV АПРЕЛЬСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ПО ПРОБЛЕМАМ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И ОБЩЕСТВА

В четырех книгах

*Ответственный редактор
Е.Г. Ясин*

3



Издательский дом
Высшей школы экономики
Москва, 2014

УДК 330.101.5(063)
ББК 65.012
Ч54

*Идеи и выводы авторов не обязательно отражают
позиции представляемых ими организаций*

ISBN 978-5-7598-1121-3 (кн. 3)
ISBN 978-5-7598-1118-3

© Оформление. Издательский дом
Высшей школы экономики, 2014

СОДЕРЖАНИЕ

РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ, ГОРОДА И АГЛОМЕРАЦИИ

А.С. Ахременко

Оценивание динамики эффективности государства в региональном секторе публичных услуг: методика и российские результаты..... 11

Т.Д. Белкина

Управление реализацией стратегических планов городов: теория и практика 24

Е.А. Волосникова

Жизнедеятельность социальных общностей в пространственно-временном континууме северного города: социологический анализ..... 34

И.П. Глазырина, Е.А. Клевакина

Неравенство доходов, темпы и качество экономического роста в регионах России 41

К.Р. Гончар, Т.А. Ратникова

Оценка и объяснение городских агломерационных эффектов для обрабатывающей промышленности России..... 55

Е.Е. Горяченко, Н.Л. Мосиенко

Городская агломерация как социальное пространство: подходы к исследованию 65

А.А. Зайцев

Региональная диагностика эффективности отраслей экономики и уровня используемых технологий 73

А.В. Котов, А.Н. Пилясов

Слабые связи как фактор силы в новой региональной экономике 84

К.В. Криничанский

Влияние недостатка политической конкуренции в России на эффективность политики регионального развития..... 93

Л.Э. Лимонов

Пригородный пояс Санкт-Петербургской агломерации: социально-экономические и институциональные особенности пространственного развития.....102

Л.В. Мельникова

Анализ совместности субфедеральных стратегий социально-экономического развития110

К.Л. Рожков	
Теоретическая модель макросегментации рынка мест.....	125
Т.А. Шакиров	
Государственно-частное партнерство в коммунальном секторе.....	139
Г.А. Хмелева	
Модель инновационной деятельности в регионе	
с позиции процессного подхода	149
Ю.Ю. Шитова, Ю.А. Шитов	
Индивидуальные характеристики маятниковой трудовой миграции	
в Подмоскowie: ГИС-анализ микроданных.....	160

МЕНЕДЖМЕНТ

Yetkin Çınar	
Research and Teaching Efficiencies of Turkish Universities with Heterogeneity	
Considerations: Application of «Multi-Activity DEA» and «DEA by Sequential	
Exclusion of Alternatives» Models.....	171
R. Baggio	
Studying Complex Tourism Systems: A Novel Approach Based on Networks	
Derived From a Time Series.....	182
P. Nielsen	
Organizational Dynamics and Innovation Capabilities – A Theoretical Framework	
for Comparison between Public and Private Workplaces in Denmark.....	193
О.В. Валиева	
Организационные изменения и структурные адаптации в российских	
компаниях: проблемы и перспективы.....	201
А.С. Гоголева, Е.С. Балабанова	
Дифференцированный характер взаимосвязи социально-гуманитарных	
и экономических аспектов в российских бизнес-организациях.....	208
Н.И. Гусева	
Инновационные подходы менеджмента российских компаний: ценности	
против инструкций	218
В.А. Давыденко, Г.Ф. Ромашкина, Масамиси Сакаки	
Проблемы российского бизнеса в контексте доверия: компаративистский	
анализ на примере семи стран	231
А.В. Исаков	
Динамика индикаторов структуры денежного рынка и его состояние	244

А.С. Наконечный	
Культура безопасности полетов российских авиакомпаний: социально- нравственные и организационные механизмы формирования	257
В.А. Ребязина, М.М. Смирнова	
Клиентоориентированность российских компаний: результаты эмпирического исследования	265
В.А. Родина	
Ожидаемая доходность и риск неликвидности: важно ли учитывать ликвидность в управлении инвестициями на российском фондовом рынке?.....	270
А.Н. Стерлигова	
Исследование межорганизационного взаимодействия компаний в России ..	279
О.А. Третьяк, В.А. Ребязина, А.Г. Рожков	
Современные маркетинговые практики в России.....	291
А.Г. Эфендиев, П.С. Сорокин	
Карьера руководителей в российских бизнес-организациях как социальный феномен: опыт теоретического и эмпирического анализа.....	300
О.У. Юлдашева	
Создание клиентоориентированных бизнес-моделей предпринимательской деятельности	311

НАУКА И ИННОВАЦИИ

И.В. Абанкина, Ф.Т. Алескеров, В.Ю. Белоусова, К.В. Зиньковский, С.Г. Кисельгоф, С.В. Швыдун	
Типология российских вузов с учетом индикаторов научной и инновационной деятельности	321
А.Ю. Баранов, Т.Г. Долгопятова	
Инновационная активность фирм и деловая коррупция в странах с переходной экономикой: эмпирический анализ	328
В.В. Карачаровский	
Об эффекте инновационной деятельности в российской экономике на макро- и мезоуровнях.....	338
Н.Н. Алексеева, О.А. Климанова	
Перспективы научно-технологического развития направления «Рациональное природопользование» в России в контексте глобального перехода к «зелёной» экономике.....	349

Е.С. Куценко	
Анализ пилотных инновационных территориальных кластеров в России: в поисках направлений дальнейшего развития	358
Ю.В. Симачев, М.Г. Кузык, В.В. Фейгина	
Российская практика стимулирования инновационной деятельности компаний: эмпирический анализ бенефициаров и эффектов	369
Н.В. Смородинская	
Территориальные инновационные кластеры: мировые ориентиры и российские реалии	389

СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ПРОЦЕССЫ

W. Binder	
Interpretation and Explanation in Cultural Sociology	403
P. Boski	
Psychology of Economic Immigration vs Acculturation: Learning or Earning when Abroad	411
J. Heiny, I.-U. Leonhaeuser	
Behavioral Intentions of the Mountainous Population in the Greater and Lesser Caucasus in Georgia: Applying the Theory of Planned Behavior	425
Л.Ф. Борусяк	
Социальный запрос на мораль: case pussy riot	435
Е.В. Бушина, М.Е. Булатова, А.К. Стефанов	
Влияние ценностей и мотивации на креативное поведение в двух регионах России	443
Л.К. Григорян	
Гражданская идентичность и антииммигрантские установки	446
М.В. Ефремова	
Роль религиозной идентичности в экономических установках и представлениях	458
О.И. Зевелёва	
Репатриация в сравнительной перспективе: Германия, Россия, Казахстан	467
Б.К. Кнорре	
Трансформация коммуникативного языка в русском православии в контексте постсекулярности: 2011–2013 гг.	476

Д.Ю. Куракин	
Границы порядка: к культуросоциологической перспективе анализа сингулярностей	485
Н.М. Лебедева, Л.К. Григорян	
Медиативная роль имплицитных теорий инновативности во влиянии ценностей на отношение к инновациям	492
А. Lipatova, Т. Butenko, Sh. Schwartz	
Relations of Everyday Behavior to 19 Underlying Basic Values.....	503
М.Б. Лукманова	
Социальный капитал и государственное регулирование в Казахстане	508
В.С. Магун, Г.А. Монусова	
Иерархии трудовых ценностей в европейских странах	516
Е.В. Пруцкова	
Влияние религиозности на базовые ценности населения европейских стран: эффект первичной религиозной социализации	527
М.Г. Руднев, В.С. Магун	
Межпоколенная динамика базовых ценностей: постсоциалистические страны в сравнении со странами Западной и Северной Европы.....	537
А.Н. Татарко	
Капитал социальный и социально-психологический: в чем различия?	549

ОБЩЕСТВО И СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА

Г. Kvieskienė, V. Kvieska	
Social Economics' Innovation for Sustainable Development	565
О.И. Бородкина	
Развитие доступного профессионального образования для людей с ограниченными возможностями здоровья как реализация принципа социальной справедливости	572
Т.А. Гасс	
Неравенство населения России в жилищной сфере.....	581
Е.Е. Гришина	
Проблемы реформирования пенсионной системы в России	591
С.В. Мареева	
Идея справедливости в представлениях россиян	602

А.П. Потороко	
Анализ пенсионной системы Республики Казахстан.....	612
Д.Ю. Руденко	
Решает ли экономический рост проблему бедности в России?	624
Л.М. Чеглакова	
Проект корпоративной социальной политики в отношении молодежи: ракурсы российских промышленных предприятий	634

РАЗВИТИЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Е. Aith, S. Dallari	
Right to Health and Health Democracy in Brazil, Russia, India, China and South Africa: Bridges to Universal Citizenship	647
А.И. Балашов	
Устойчивое развитие фармацевтической отрасли: проблемы и перспективы	655
Р.Ф. Габидуллина	
Разработка модели рейтингования ЛПУ в России	664
С.В. Ефремов	
Некоммерческие организации в здравоохранении: американский опыт государственной поддержки и уроки для России	673
Ф.Н. Кадыров, М.Т. Югай	
Стратегия безубыточной деятельности автономных и бюджетных учреждений здравоохранения в условиях отсутствия субсидиарной ответственности собственника	684
Ю.А. Крашенинникова	
Самоопределение и социальный статус российских врачей	690
Е.В. Селезнева	
Готовность населения к участию в оплате медицинской помощи	698
Е.А. Тарасенко	
Medicine 2.0: потенциал социальных медиа для продвижения здорового образа жизни и самоменеджмента хронических заболеваний	708
Т.Ю. Черкашина	
Оценка неравенства населения по потреблению медицинских услуг	718

Е.А. Тарасенко

Национальный
исследовательский университет
«Высшая школа экономики»

MEDICINE 2.0: ПОТЕНЦИАЛ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ И САМОМЕНЕДЖМЕНТА ХРОНИЧЕСКИХ ЗАБОЛЕВАНИЙ

В современной России социальные медиа являются мощнейшей интернет-коммуникационной площадкой, объединяющей миллионы людей. Так, по данным TNS, в 2011 г. средняя суточная российская аудитория Facebook составляла 1,6 млн посетителей в сутки, тогда как у ВКонтакте в 8 раз больше — 13 млн человек [Facebook., 2011]. В 2012 г. среднесуточная аудитория Facebook составила 13,9 млн человек, в ВКонтакте — 40 млн человек. Можно сказать, что ВКонтакте для молодежи стал своеобразным «Интернетом в Интернете», из которого ей не хочется уходить на внешние интернет-ресурсы.

Новый формат коммуникаций в социальных сетях порождает новые возможности для врачебного сообщества для активного продвижения здорового образа жизни, wellness-коучинга и коучинга по самоменеджменту хронических заболеваний, что способствует поддержанию и восстановлению здоровья и профилактике заболеваний среди населения. Под wellness-коучингом понимаются индивидуализированные, регулярные мотивационные сессии с применением принципов и методов профессионального коучинга и психологического консультирования для изменения поведения и образа жизни с целью улучшения общего самочувствия и обретения более высокого уровня здоровья и качества жизни. В Кодексе врачебной этики Российской Федерации, одобренном Всероссийским Пироговским съездом врачей 7 июня 1997 г., как раз указано, что главной целью профессиональной деятельности врача является «сохранение жизни человека, профилактика заболеваний и восстановление здоровья» [Кодекс врачебной этики., 1997].

Продвижение здорового образа жизни в социальных медиа означает коммуникативную интервенцию медицинских профессионалов, направленную на изменение поведения пользователей социальных сетей: укрепление или

поддержание здоровья и профилактику заболеваний. Составляющими здорового образа жизни человека являются физическая активность, рациональное питание, достижение и поддержание оптимального веса и физической формы, преодоление стресса, совладание с психологическими нагрузками, отказ от вредных привычек, физическое и психическое здоровье, профилактика кардиологических заболеваний, регулярная диагностика на наличие онкологических заболеваний молочной железы, шейки матки, кожи и т.п. Wellness-коучинг, профилактика заболеваний и коучинг по самоменеджменту нормализации общего самочувствия и хронических заболеваний, борьба с вредными привычками в социальных медиа помогают снизить нагрузку на лечебно-профилактические учреждения. Согласно данным статистики, от 60 до 65% российских мужчин и от 17 до 25% женщин являются активными курильщиками [Глобальный опрос., 2009]. Примерно треть российских подростков имела опыт курения или курит регулярно [Фонд «Общественное мнение», 2012]. Также взрослый человек в России в среднем выпивает около 10 литров алкоголя в год. Как результат, сердечно-сосудистые заболевания, инсульт и диабет входят в двадцатку основных заболеваний, от которых умирает население России. Однако эти заболевания можно предотвращать, если медицинское сообщество будет более активно заниматься их профилактикой и мотивировать население к личной ответственности за свое здоровье и здоровье близких.

До сих пор российскими учеными не проводилось научных исследований особенностей, проблем и перспектив коммуникаций с целью продвижения здорового образа жизни и коучинга по самоменеджменту хронических заболеваний в русскоязычных социальных сетях Интернет. Также пока еще не разработаны как российскими, так и зарубежными учеными теоретические модели интервенции медицинских профессионалов для изменения поведения и образа жизни пациентов в социальных сетях. Однако уже появились первые научные работы западных исследователей, доказывающие позитивное влияние интернет-коммуникации по продвижению здорового образа жизни в социальных медиа на самоэффективность пациентов в нормализации общего самочувствия, изменение их пищевых привычек и усиление физической активности и т.п. [Thompson et al., 2009]. По мнению зарубежных ученых, по сравнению с традиционными подходами по продвижению здорового образа жизни, новые интернет-технологии в качестве каналов коммуникации с пациентами более привлекательны, потому что:

- 1) требуют меньших финансовых затрат на создание сервисов, контента, администрирование;

- 2) способны дать рекомендации об укреплении и о поддержании здоровья в более индивидуализированной, динамичной, интерактивной, доступной и в то же время более стандартизированной, удобной для пациента манере;

3) позволяют активно использовать широкий спектр технологий мультимедиа (объединение видео-, аудио-, флеш-мультипликации, графики, фото), потенциал социальных игр и проч. [Buller, Floyd, 2012; Fjeldsoe et al., 2009; Noar et al., 2009; Scott-Sheldon, Johnson, Carey, 2008; Strecher, 2007; Murray et al., 2005; Fotheringham et al., 2000].

Также по мнению западных ученых, продвижение здорового образа жизни в социальных медиа способно преодолеть барьеры, вызванные дистанцией, инвалидностью, стигмой пациентов [Griffiths et al., 2006]. Зарубежные исследователи в качестве основной проблемы, связанной с ограничением продвижения здорового образа жизни, выделяют тот факт, что пользователи социальных сетей склонны больше доверять рекомендациям друг друга, чем профессионалов [Metzger, Flanadin, Medders, 2010; Wang et al., 2008].

В качестве отечественного примера не совсем удачной интервенции медицинских профессионалов по изменению поведения и образа жизни в социальных сетях можно привести попытку коммуникации врачебного сообщества в рамках портала «Так здорово» и его представительств в ВКонтакте и Facebook. Так, в 2009 г. Министерством здравоохранения РФ был инициирован портал «Так здорово» в рамках проекта «Здоровая Россия», который заключался в популяризации здорового образа жизни среди молодежи в СМИ, а также коммуникации с аудиторией в Интернете [Портал «Так здорово», 2012].

На данном интернет-ресурсе была собрана полезная информация о правильном питании, прививках, витаминах, здоровом образе жизни, советы по борьбе с вредными привычками и т.д. Стоимость данного интернет-проекта по интервенции медицинского сообщества по продвижению здорового образа жизни составила более 39 млн руб. (в стоимость входили и работы по созданию и продвижению портала в Интернет). Не нужно досконально разбираться в бюджетах digital-маркетинга, чтобы понять, что такой бюджет колоссален и в несколько раз превышает показатели по рынку [На «Здоровой России», 2009].

Казалось бы, можно сделать предположение, что коммуникативная эффективность данного портала по продвижению здорового образа жизни среди молодежи должна быть весьма высокой, но это не совсем так. Например, на портале «Так здорово» есть официальная информация, что его положительно отметили 5997 человек (данные на 12 июня 2013 г.). На начало июня 2013 г. в группах «Здоровая Россия» в Facebook и ВКонтакте было зарегистрировано около 40 тыс. человек. При этом в ВКонтакте и Facebook данный ресурс имеет лишь «усеченные» варианты официальной страницы без полезных приложений, которые могли бы серьезно заинтересовать целевую аудиторию. Однако даже на такой «усеченный» вариант официальной

страницы «Так здорово» в ВКонтакте подписано 35 481 человек, что намного больше, чем на сам официальный сайт (данные на 11 июня 2013 г.). Итак, подписаны на информацию портала и отметили его как понравившийся около 40 тыс. человек, а потрачено государственных средств на создание портала и его продвижение — 40 млн руб., что означает: на привлечение одного человека было израсходовано в среднем 1000 руб. По меркам digital-маркетинга это запредельные суммы, потому что обычно на привлечение одного человека требуется около 50 руб.

Также дополнительно можно сделать вывод о том, что официальный портал «Так здорово» «заморожен», новая аналитическая информация, социальные кампании и мероприятия там не появлялись с начала 2013 г., хотя пользователи до настоящего времени имеют возможность сами генерировать контент. Возникает вопрос о изначальной целесообразности инвестирования серьезных государственных ресурсов в такой интернет-социальный проект по продвижению здорового образа жизни, если пользователи приходят на сайт за новой информацией и задают недоуменные вопросы: «*Что заглох сайт? давно не обновлялся...*» [Комментарий пользователя., 2013]. Также отсутствуют признаки интервенции медицинских профессионалов с весны 2013 г. и на странице «Так здорово» ВКонтакте, где только пользователи пытаются поддерживать обсуждения между собой по поводу здорового образа жизни.

Показатели коммуникативной эффективности проекта «Здоровая Россия» в социальных сетях недостаточно впечатляющие на фоне других более успешных проектов в сфере здорового образа жизни в социальных медиа. Так, в ВКонтакте существует множество групп, посвященных здоровому образу жизни. Только суммарная аудитория семи самых популярных групп превышает 6 млн человек («Здоровое тело. Мы за здоровый образ жизни», «40 кг», «Спортивные девушки», «Do it! — твоя идеальная фигура», «Fitness Club», «Худей вкусно», «Спорт — это жизнь!»). Помимо этого в ВКонтакте и русскоязычном Facebook действует большое число небольших сообществ и групп, связанных с тематикой здорового образа жизни, с количеством членов — от нескольких сотен до нескольких десятков тысяч человек. При этом следует отметить, что врачебное сообщество пока ни коим образом не контролирует контент, размещенный в данных группах, на предмет потенциальной пользы или вреда для здоровья.

Предлагаемое исследование концентрирует внимание на сравнительном анализе тематики контента сообществ, направленных на продвижение здорового образа жизни, в русско- и англоязычных социальных медиа, а также отношении столичной студенческой молодежи к возможной коммуникативной интервенции медицинских профессионалов, направленной на

изменение поведения пользователей социальных сетей. Были выработаны рекомендации для интервенции медицинских профессионалов в социальные сети.

Микровыборкой для анализа англоязычных социальных сетей и сообществ в сфере продвижения здорового образа жизни и самоменеджмента хронических заболеваний за сентябрь-октябрь 2012 г. послужили восемь социальных сообществ разного формата в Facebook: Hungry, Healthy, Happy (16 757 участников); Green, Healthy and Fit (22 830 участников); Healthy Black Women & Girls (121 344 участника); Healthy Choice (292 578 участников); Healthy Eating Planner (123 203 участника); Healthy Motivation (14 322 участника); Anti Alcoholism (1044 участника); Anti Tobacco (721 участник)¹.

Микровыборкой для анализа русскоязычных социальных сетей и сообществ в сфере с аналогичной целью за сентябрь-октябрь 2012 г. послужили пять социальных сообществ разного формата в Facebook: ЗдоровьеInfo (1358 участников); Здоровье и отдых (7401 участник); Будьте здоровы! (351 участник); Мы против наркотиков, курения, алкоголя. Мы за здоровую жизнь! (40 участников); Я не курю! (63 участника)².

Эмпирической базой послужили данные 16 глубинных интервью со студентами РГГУ и ВШЭ³ и данные 1 экспертного интервью руководителя сообщества по продвижению здорового образа жизни в ВКонтакте.

Основные результаты и выводы исследования

В количественном выражении в Facebook гораздо больше англоязычных социальных сетей и сообществ в сфере продвижения здорового образа жизни, профилактики заболеваний и самоменеджмента хронических заболеваний, чем русскоязычных, которые только стали в последнее время появляться.

Среднее число участников крупной англоязычной группы или сообщества превышает 10 тыс. человек, а в таких, например, сообществах, как Healthy Choice состоит около 300 тыс. человек, Healthy Eating Planner – более 100 тыс. человек.

Такое большое количество участников в англоязычных группах и сообществах Facebook, с одной стороны, свидетельствует о том, что тематика продвижения здорового образа жизни и самоменеджмента хронических за-

¹ Метод: контент-анализ, дискурс-анализ. Массив данных: 240 текстов.

² Метод: контент-анализ, дискурс-анализ. Массив данных: 173 текста.

³ Выборка: 50% – девушки, 50% – юноши в возрасте 19–22 лет. Дата и место проведения глубинных интервью – сентябрь-октябрь 2012 г., Москва.

болеваний весьма интересна пользователям, а с другой стороны, что данные сообщества — эффективные интернет-площадки для интервенции медицинских специалистов.

При этом в плане качества контента, инструментов, интерактивных технологий и методов продвижения здорового образа жизни зарубежные социальные сети и группы Facebook гораздо более развиты. В качестве примера можно привести популярное сообщество Healthy Eating Planner, не только предоставляющее информацию о полезных качествах продуктов, их калорийности, о рецептах для рационального питания, но и предлагающее продвинутую интерактивную технологию динамического планирования индивидуализированного рациона питания на каждую неделю, дающую гарантированный результат по снижению веса по заранее заданным критериям. Также в англоязычных сообществах профессионалы-медики активно используют известных политиков и медиаперсон в качестве «рупора» новых идей, полезных для здоровья. Например, в сообществе Healthy Black Women & Girls в качестве селебрити для продвижения утренней зарядки и здорового питания среди афроамериканских женщин выступает Мишель Обама — первая леди США, что, несомненно, оказывает сильный мотивирующий эффект на членов сообщества.

В англоязычных сообществах активно продвигается идея о том, что если члены семьи совместно проводят время, занимаясь спортом (прогулками, бегом и проч.), приготовлением полезных блюд, то они, таким образом, помимо укрепления здоровья, очень эффективно работают и над укреплением семьи, усилением взаимопонимания и любви между супругами, воспитанием детей вчастливом и поддерживающем окружении.

В англоязычных сообществах более активно и эффективно, чем в русскоязычных, продвигается идея разнообразной физической активности.

В русскоговорящих сообществах коммуникационная интервенция профессионалов-медиков носит более отстраненно-нейтральный информационный характер и эмоционально дистанцирована от целевой аудитории. Мало информации об эмоциональных бенефитах, если человек придерживается здорового образа жизни.

Тематика контента в сфере продвижения здорового образа жизни и самоменеджмента хронических заболеваний в англоязычных и русскоязычных сообществах Facebook схожа, хотя наблюдаются и некоторые различия. Были выделены следующие общие направления, по которым идет активное обсуждение среди участников социальных групп и сообществ как в русскоязычном, так и в англоязычном Facebook:

- Общая просветительско-образовательная информация об особенностях функционирования организма человека в целом, о механизмах работы его органов.

- Гендерный аспект особенностей функционирования организма человека: особенности здоровья и протекания заболеваний у женщин и мужчин.

- Возрастной аспект особенностей функционирования организма человека: акцент делается на особенностях функционирования организма в пожилом возрасте и у детей.

- Сексуальное здоровье.

- Принципы здорового питания.

- Укрепление иммунитета.

- Физическая культура и спорт для укрепления здоровья.

- Информация о вреде лишнего веса для здоровья и способы похудения.

- Преодоление стресса.

- Информация о вреде, лечении и предупреждении вредных аддикций: наркомании, потребления табака и алкоголя.

- Информация о симптомах и способах лечения заболеваний.

Основные различия в контенте русскоязычных и англоязычных социальных групп и сообществ в Facebook заключаются в том, что в *англоязычных сообществах* чаще:

- дается позитивная информация об успешно проводимых, как правило, бесплатных, офлайн мероприятиях по укреплению здоровья: спортивных соревнованиях, кулинарных курсах по обучению приготовления здоровых блюд и проч., члены виртуального сообщества регулярно приглашаются принять участие в таких мероприятиях;

- поднимаются вопросы, связанные с предотвращением и лечением болезни Альцгеймера у пожилых людей;

- имеется множество информации, и активно обсуждаются вопросы, связанные со здоровьем новорожденных с низкой массой тела и уходом за ними, детей с сахарным диабетом;

- делается акцент на качестве жизни при серьезных хронических заболеваниях, например, на самоменеджменте для повышения качества жизни при СПИД/ВИЧ, астме, онкозаболеваниях;

- гораздо больше рекламы и предложений производителей продуктов питания и спортивного инвентаря/медицинских организаций/фармацевтических компаний и компаний по производству медтехники/НКО: все для здорового образа жизни;

В русскоязычных сообществах:

- дается много информации о всевозможных «чистках» организма;

- дается информация о «здоровом доме», каким образом правильно ухаживать за домом, чтобы в нем жить было не вредно для здоровья человека;
- чаще появляется информация о мировых и российских медицинских новостях;
- чаще появляется информация о защите от вирусных и инфекционных заболеваний.

Большинство опрошенных студентов отметили, что стараются придерживаться здорового образа жизни, физической активности и правильного питания и с удовольствием знакомятся с информацией на эту тему. Тематика здорового образа жизни и правильного питания интересна всем, особенно девушкам. Большинство студентов имеют аккаунт на Facebook и состоят в ряде сообществ и групп. Однако ни один из респондентов пока не состоит в тематическом сообществе здорового образа жизни и профилактики заболеваний, объясняя это тем, что нет информации о таких сообществах и им не приходило приглашения. На основании этого можно сделать вывод о том, что модераторы русскоязычных сообществ пока не понимают важность их продвижения среди русскоязычной аудитории в Facebook, несмотря на готовность целевой аудитории стать членами таких сообществ.

По результатам глубинного интервью с экспертом можно сделать следующие выводы:

- Отсутствие серьезной мотивации у врачей к освоению потенциала социальных медиа в качестве инструмента для осуществления профилактической работы с молодежью по предотвращению заболеваний и ведению здорового образа жизни. На добровольных началах у врачей не возникнет желания проводить подобные мероприятия в социальных медиа. Сделано предложение о материальном стимулировании врачей.
- Пока официально не закреплено, какая государственная медицинская структура будет заниматься продвижением здоровья в социальных медиа. Наиболее логично, если этим занялись бы Центры здоровья.
- В настоящее время пока не разработана достаточно убедительная, детальная методология форм, методов и приемов владения отечественными врачами работы, направленной на здоровый образ жизни среди молодежи в СМИ.
- Есть опасение, что без предварительного методологического подкрепления и обучения врачей появление и рекомендации врача в социальных медиа будут расценены целевой аудиторией как достаточно навязчивая форма воздействия и вызовет отторжение.
- Не сложилось четкого представления о том, каким образом объединить онлайн- и офлайн-мероприятия и убедительную агитацию продвижения здорового образа жизни.

- Российским медикам надо более активно заниматься продвижением здорового образа жизни в социальных сетях, учитывая потенциальную готовность целевой аудитории и адаптируя наиболее успешные методы из практики зарубежных коллег.

Приведем основные рекомендации для врачебного сообщества по продвижению здорового образа жизни в социальных медиа.

- Тематика и структурирование контента: должны создаваться темы, в которых каждый заинтересованный член сообщества будет иметь возможность задать вопросы профессиональным врачам на тему здорового образа жизни и влияния различных упражнений и программ питания на здоровье человека.

- Необходимы комментарии врачей относительно полезности или потенциального вреда для здоровья тех или иных предлагаемых комплексов упражнений, специфических диет и проч.

- Было бы продуктивно, если сами врачи писали бы статьи для сообществ, давали консультации по волнующим вопросам.

- Обязательное сочетание офлайн-мероприятий с онлайн-активностью в сообществе.

- Конкретные методики социального маркетинга: в целях увеличения мотивации аудитории должны проводиться конкурсы и лотереи, связанные со здоровым образом жизни.

Литература

Глобальный опрос взрослого населения о потреблении табака. Российская Федерация. ВОЗ, 2009.

Кодекс врачебной этики Российской Федерации (одобрен Всероссийским Пироговским съездом врачей 7 июня 1997 г.). <<http://www.medpravo.ru/Ethics/CodeEthicsRF1.htm>>

Комментарий пользователя от 6 июня 2013. Портал «Так здорово». <<http://www.takzdorovo.ru/profilaktika/obraz-zhizni/kak-rabotaet-pishhevaritelnaya-sistema-cheloveka/>>

На «Здоровой России» не сэкономили. 2009. <<http://www.vremya.ru/2009/226/72/243358.html>>

Портал «Так здорово»: <takzdorovo.ru>.

Сообщество «Здоровое тело. Мы за здоровый образ жизни». <http://vk.com/zdorovoe_telo>

Сообщество «40 кг». <<http://vk.com/kilogram40>>

Сообщество «Спорт – это жизнь!» <http://vk.com/sports_is_life>

Сообщество «Спортивные девушки» <<http://vk.com/sports.girls>>

Сообщество «Doit! – твоя идеальная фигура». <<http://vk.com/udoit>>
Сообщество «Fitness Club». <http://vk.com/fitness_pinme>
Сообщество «Худей вкусно». <<http://vk.com/recipes40kg>>
Фонд «Общественное мнение». Данные за 2012 г. <<http://fom.ru/obshchestvo/10801>>

Facebook привлек 5 млн российских пользователей. Дальневосточный информационно-рекламный портал: <http://www.dv-reclama.ru/russia/analytics/detail.php?ELEMENT_ID=21905>.

Buller D., Floyd A. Internet-Based Interventions for Health Behavior Change. Ehealth Applications. Promising Strategies for Behavior Change / ed. by S. Noar, N. Harrington. Routledge (Taylor & Francis Group), 2012.

Feldsoe B., Marshall A., Miller Y. Behavior Change Interventions Delivered by Mobile Telephone Short-Message Service // *American Journal of Preventive Medicine*. 2009. Vol. 36 (2). P. 165–73.

Fotheringham M., Owies D., Leslie E., Owen N. Interactive Health Communication in Preventive Medicine: Internet-Based Strategies in Teaching and Research // *American Journal of Preventive Medicine*. 2000. Vol. 19 (2). P. 113–1220.

Griffiths D., Lindenmeyer A., Powell J., Lowe P., Thorogood M. Why Are Health Care Interventions Delivered over the Internet? A Systematic Review of the Published Literature // *Journal of Medical Internet Research*. 2006. Vol. 8.

Metzger M., Flanadin A., Medders R. Social and Heuristic Approaches to Credibility Evaluation Online // *Journal of Communication*. 2010. Vol. 60(3). P. 413–439.

Murray E., Burns J., See S., Lai R., Nazareth I. Interactive Health Communication Applications for People with Chronic Disease. 2005. <<http://www.lymediseaseaction.org.uk/wp-content/uploads/2011/05/Interactive-Health-Communication-Applications-for-people-with-chronic-disease.pdf>>

Noar S., Black H., Pierce L. Efficacy of Computer Technology-Based HIV Prevention Interventions: A Meta-Analysis. *AIDS*. 2009. Vol. 23 (1). P. 107–115.

Scott-Sheldon L.A., Johnson B.T., Carey M.P. Computer-Delivered Interventions for Health Promotion and Behavioral Risk Reduction: A Meta-Analysis of 75 Randomized Controlled Trials, 1988–2007 // *Journal of Preventive Medicine*. 2008. Vol. 47 (1). P. 3–16.

Strecher V. Internet Methods for Delivering Behavioral and Health-Related Interventions (eHealth) // *Annual Review of Clinical Psychology*. 2007. Vol. 3. P. 56–62.

Thompson D., Baranowski T., Baranowski J. et al. Boy Scout 5-a-Day: Outcome Results of a Troop and Internet Intervention // *Preventive Medicine*. 2009. Vol. 49. P. 518–526.

Wang Z., Walther J., Pingree S., Hawkins R. Health Information, Credibility, Homophily, and Influence Via the Internet: Websites Versus Discussion Groups // *Health Communication*. 2008. Vol. 23. P. 358–368.

Ч54 **XIV Апрельская международная** научная конференция по проблемам развития экономики и общества [Текст] : в 4 кн. / отв. ред. Е. Г. Ясин ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. — 200 экз. — ISBN 978-5-7598-1118-3 (в обл.).
Кн. 3. — 729, [1] с. — ISBN 978-5-7598-1121-3 (кн. 3).

Сборник составлен по итогам XIV Апрельской международной научной конференции по проблемам развития экономики и общества, организованной Национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики» при участии Всемирного банка и Международного валютного фонда и проходившей 2–5 апреля 2013 г. в Москве.

Рассматриваются следующие темы: региональное развитие, города и агломерации; менеджмент; наука и инновации; социально-культурные процессы; общество и социальная политика; развитие здравоохранения.

Для экономистов, менеджеров, социологов, политологов, работников социальной сферы и системы здравоохранения, а также студентов, аспирантов и преподавателей вузов. Книга может быть полезна всем, кто интересуется проблемами и перспективами реформирования российской экономики.

УДК 330.101.5(063)
ББК 65.012

Научное издание

XIV Апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества

В четырех книгах

Книга 3

Зав. редакцией *Е.А. Бережнова*

Редакторы *Н.М. Дмуховская, А.В. Заиченко*

Художественный редактор *А.М. Павлов*

Компьютерная верстка и графика: *Ю.Н. Петрина*

Корректоры *А.В. Заиченко, В.И. Каменева*

Подписано в печать 13.03.2014. Формат 60×88 1/16

Печать офсетная. Гарнитура NewtonС.

Усл. печ. л. 44,3. Уч.-изд. л. 43,6. Тираж 200 экз. Изд. № 1723

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
101000, Москва, ул. Мясницкая, 20
Тел./факс: (499) 611-15-52