

УДК 311

***ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ
ГРАЖДАНСКОЙ АКТИВНОСТИ МОЛОДЕЖИ: ИССЛЕДОВАНИЕ
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ОРГАНАМИ ВЛАСТИ***

Ерохина Е. Б.,

Студент,

Калужский Государственный Университет им. К. Э. Циолковского,

Калуга, Россия

Шаров С.В.,

преподаватель

Калужский государственный университет им. К. Э. Циолковского,

Калуга, Россия

Аннотация: В статье исследуется влияние социальных сетей на формирование гражданской активности молодежи и их взаимодействие с органами власти. Актуальность темы обусловлена необходимостью понимания роли цифровых платформ в стимулировании активного участия молодежи в общественной и политической жизни, что является ключевым фактором для демократического развития общества. Целью исследования является анализ механизмов взаимодействия молодежи с государственными структурами через социальные сети и выявление факторов, способствующих или препятствующих этому взаимодействию.

Ключевые слова: социальные сети, молодежь, органы власти, взаимодействие, информация гражданская активность, коммуникация

***THE INFLUENCE OF SOCIAL NETWORKS ON THE FORMATION OF
YOUTH CIVIC ENGAGEMENT: RESEARCH OF INTERACTION WITH
AUTHORITIES***

Erokhina E. B.,

Student,

Kaluga State University named after K. E. Tsiolkovsky,

Kaluga, Russia

Sharov S.V.,

teacher

Kaluga State University named after K. E. Tsiolkovsky,

Kaluga, Russia

Abstract: The article examines the influence of social networks on the formation of youth civic engagement and their interaction with government authorities. The relevance of the topic is due to the need to understand the role of digital platforms in stimulating the active participation of young people in public and political life, which is a key factor for the democratic development of society. The purpose of the study is to analyze the mechanisms of youth interaction with government agencies through social networks and identify factors contributing to or hindering this interaction.

Keywords: social networks, youth, authorities, interaction, information, civic engagement, communication

Методы исследования: опрос среди молодежи в возрасте от 14 до 35 лет; анализ наличия у органов власти аккаунтов в социальных сетях и публикуемого контента в них.

Введение

На фоне динамичного развития цифровых коммуникаций особенно весомое значение приобретает вопрос гражданской активности молодежи. Как отметил Президент РФ В.В. Путин на встрече с главами муниципальных образований, цифровые платформы являются важным инструментом повышения эффективности работы в современных реалиях, однако они не должны создавать "цифровой забор" между властью и гражданами. Глава государства подчеркнул необходимость сохранения живой обратной связи с населением, что особенно актуально в контексте взаимодействия с молодежью, активно использующей социальные сети для общественно-политического участия. [10]

Цифровая среда может нести свои риски: распространение дезинформации, цифровая слежка (как в случае блокировок активистских каналов в Telegram), а также "кликтивизм" – формальное участие без глубинной вовлеченности. Эти факторы могут исказить гражданскую активность, превращая ее в инструмент манипуляции или снижая ее эффективность.

В данном контексте статья не только рассматривает соцсети как инструмент гражданского участия, но и анализирует барьеры, с которыми сталкивается молодежь. На основе исследования кейсов и опросов предлагаются рекомендации для органов власти по повышению эффективности коммуникации, включая интерактивные форматы (онлайн-дебаты, краудсорсинговые платформы) и меры противодействия цифровым угрозам.

Основная часть

Современная молодежь выполняет несколько ключевых ролей в обществе, играя важную часть в его развитии. молодежь имеет большую социальную и профессиональную перспективу, она способна быстрее других социальных групп общества овладевать новыми знаниями, профессиями и специальностями, также молодежь не только является наследником материальных и духовных богатств общества, но и творцом новых, более прогрессивных и молодое

поколение активно формирует новые ценности, идеи и подходы, не ограничившись лишь наследием предыдущих поколений. [12] Оно открывает путь для внедрения инноваций и технологий, что позволяет взглянуть на привычные вещи с новой перспективы и находить нестандартные решения. Инициативы молодого поколения не только отражают их желания, но и способствуют реальным изменениям в обществе. Именно молодое поколение строит будущее государства и определяет вектор развития общества и страны в целом.

Особыми возможностями формирования гражданских установок обладают социально-медийные сообщества. Инфлюенсеры, формирующие контент данных цифровых групп, реализуют разные стратегии регулирования этими сообществами, предопределяя доминирование вертикальных или горизонтальных связей внутри групп и их мобилизационный потенциал. [3]

С развитием цифровых технологий социальные сети рассматриваются как новый канал взаимодействия власти с электоратом. Представитель МИД России Мария Захарова на встрече с подмосковной молодежью в рамках проекта «Мы будущее. Сила смыслов» в 2023 году высказалась на счет потребности прямого общения с молодежью: «Потребность прямого общения с молодежью на сегодняшний день очевидна для всех, включая чиновников и представителей региональных администраций. Захарова акцентировала внимание, что на сегодняшний день нужен прямой диалог с ответами на самые острые вопросы, которые не всегда приятны.

«Современные соцсети – это не просто новая реальность, а значимая платформа для общения с гражданами. Они позволяют лучше понимать общественные настроения, быстро отвечать на вопросы и учитывать пожелания», – подчеркивает вице-губернатор Краснодарского края Анна Минькова. [6]

Федеральный закон от 09.02.2009 №8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления». В 2022 году в этот закон внесли изменения, согласно которым с 1 декабря того года государственные органы обязаны были вести официальные аккаунты в социальных сетях «ВКонтакте» и «Одноклассники».

По словам бывшего депутата государственной думы Василия Власова, "среди молодежи огромное количество ребят и девушек, которые интересуются политикой, смотрят различных политиков в интернете." Это подчеркивает, что молодежь на сегодняшний день активно ищет актуальную информацию в социальных сетях.

Власов также акцентирует внимание на том, что "современные политики все-таки должны больше обращать внимания на работу, общение в социальных сетях со своими избирателями — вся молодежь там." Это утверждение свидетельствует о том, что традиционные методы политической коммуникации неэффективны в отношении молодежи, что необходимо адаптировать политику к новым реалиям.

Кроме того, Власов утверждает: "Общаясь с видеоблогерами, снимая какие-то репортажи, поднимая темы, которые актуальны для молодежи, можно заслужить их внимание." Это подчеркивает важность создания контента, который резонирует с интересами и ценностями молодежи. [12]

Алгоритмы социальных платформ анализируют поведение пользователей, их интересы и взаимодействие с материалами, чтобы предложить им контент, который, вероятно, вызовет наибольший отклик. Это создает так называемый «эффект пузыря фильтров», при котором пользователи получают доступ только к той информации, которая поддерживает их взгляды и предпочтения. Также важным аспектом являются вирусные материалы, которые быстро распространяются среди большой аудитории благодаря своей увлекательности, эмоциональной насыщенности или неожиданным элементам. Вирусный контент

может значительно повлиять на общественное мнение, поскольку такие материалы часто вызывают активные дискуссии и вовлекают широкую аудиторию. [15]

С появлением цифровых технологий и изменением ландшафта социальных движений исследователи гражданского участия сфокусировались на новых моделях поведения и формах активности. [3]

В 2017 году вопрос о роли видеоблогеров в диалоге между молодежью и властями стал актуален, когда государственные учреждения начали признавать значимость видеоблогосферы. Александра Балковская, известная как Саша Спилберг, отмечала, что ее приглашение в Госдуму показывает стремление государства услышать мнения новых сетевых лидеров.

Балковская подчеркнула, что видеоблогеры близки к своей аудитории и общаются с ней почти ежедневно, в то время как традиционные медиа не предлагают молодежи интересного контента. Она призывала чиновников «не бояться показывать своё человеческое лицо» в социальных сетях, чтобы сделать государственные структуры более доступными.

В ответ Министерство образования и науки начало рассматривать возможность привлечения блогеров для освещения своей деятельности и инициатив. Замглавы ведомства Вениамин Каганов заявлял, что хотя идея "пересаживания" чиновников в социальные сети может быть нецелесообразной, привлечение блогеров к диалогу с молодежью является важным шагом в направлении улучшения взаимоотношений между государством и молодежью.

Эти инициативы свидетельствовали о попытке адаптироваться к новым реалиям цифровой эпохи, где социальных сетей и видеоблогеров отводится важная роль в формировании общественного мнения и вовлечении молодежи в политический процесс. [5]

По мнению Дж. Реале, кризис политического представительства гражданских интересов в рамках таких традиционных институтов, как

профсоюзы и политические партии, свидетельствует о возрастании потребительской гражданственности на базе интернет-технологий. Подобная трансформация поведения граждан требует пересмотра культуры государственного управления и перехода к более открытой системе, способной адаптироваться к современным стандартам прозрачности, общественного участия и гражданского государственного сотрудничества (Reale, 2014: 195–206). [16]

Популярные хэштеги способны привлечь внимание к определенным событиям или проблемам, мобилизовать общественное мнение. [15]. #Голос - хэштег, используемый для поддержки движения "Голос", которое занимается мониторингом выборов и защитой демократических прав граждан. #МыВсеДома - этот хэштег стал популярным во время пандемии COVID-19 и использовался для привлечения внимания к социальным и экономическим проблемам, с которыми сталкиваются молодежь и общество в целом. #Протест - хэштег, который использовался для описания различных акций протеста, включая марш памяти Бориса Немцова и другие митинги, актуальные для молодежи. #ЕдиныйГосударственныйЭкзамен - хэштег, под которым обсуждались вопросы, связанные с системой образования и экзаменами, что также имеет политический аспект. #ЗаЧистыеВыборы - хэштег, который использовался во время избирательной кампании для акцентирования внимания на вопросах честности и прозрачности выборов.

До появления социальных сетей у политиков было меньше возможностей для формирования, развития и поддержания своего имиджа и укрепления репутации, чаще всего это осуществлялось через традиционные СМИ. Внедрение социальных сетей в политику открыло новые возможности. [14]

Ярким примером тесного взаимодействия молодежи с властью является Екатерина Мизулина – директор лиги безопасного интернета. В своем телеграмм-канале она освещает вопросы, которые волнуют молодежь, старается

на них подробно ответить. В 2023 году Екатерина Мизулина отметила, что в последние годы Telegram стал одним из основных распространителей информации в Рунете. «Telegram является одной из самых авторитетных онлайн-площадок в России. Его постоянно цитируют различные средства массовой информации. Там размещаются публикации ведомств, пресс-служб. Именно туда пользователи чаще всего обращаются за новостным и информационным контентом. Конечно, во многом можно сказать, что эта площадка стала неким каналом коммуникации между обществом и российской властью», — заметила она. [8]

Тем не менее, социальные сети могут также оказывать негативное воздействие на общественное мнение. Распространение фейковых новостей представляет собой серьёзную угрозу: дезинформация может вводить пользователей в заблуждение, формировать ложные представления о реальности и вызывать тревогу или недовольство. Влияние социальных сетей на общественное мнение выступает как многослойный процесс, способный как укреплять, так и разрушать социальные структуры. [15]

Постановление Правительства Российской Федерации от 28.12.2024 №1963 «Об отдельных вопросах распространения информации в социальных сетях». Документ утверждён в соответствии со статьёй 106 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Постановление устанавливает правила предоставления владельцем социальной сети сведений о пользователе соцсети по запросу Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, а также состав этих сведений.

Методология исследования включает количественные и качественные методы, в частности опрос молодежи и анализ контента государственных страниц в социальных сетях. Результаты опроса показывают, что большинство респондентов получают информацию о деятельности органов власти именно

через социальные сети, однако уровень доверия к этой информации варьируется. Также исследование выявляет, что молодежь не сильно замотивирована принимать участие в опросах или обсуждениях, организованных органами власти в социальных сетях.

Результаты и дискуссия

Ведение социальных сетей является важнейшим инструментом работы министерств и ведомств в области информирования граждан о своей деятельности, именно поэтому многие министерства на сегодняшний день имеют не только сайты, но и активно ведут аккаунты в социальных сетях. [7]

Социальные сети играют ключевую роль во взаимодействии молодежи с органами власти в России на фоне цифровизации и усиливающейся роли интернета в общественной жизни. Органы власти используют следующие социальные сети для привлечения граждан к активному участию и взаимодействию со своей деятельностью: ВКонтакте, YouTube, Дзен, Telegram, Одноклассники, Rutube.

В России количество аккаунтов в социальных сетях различных органов власти увеличивается с каждым годом, стараясь охватить все государственные организации для налаживания связи с гражданами:

Государственная Дума Российской Федерации ведет в официальных аккаунтах в социальных сетях делиться новостями о законодательной деятельности. Совет Федерации Российской Федерации имеет страницы в социальных сетях для информирования граждан о своей работе. Министерство внутренних дел Российской Федерации (МВД) ведет активные аккаунты, включая YouTube, Instagram, ВКонтакте и Facebook для консультаций и информирования о правопорядке. Министерство здравоохранения Российской Федерации - официальные аккаунты содержат информацию о здравоохранении и медицине. Министерство образования Российской Федерации - Публикует

информацию о образовательных инициативах и программах через свои аккаунты в социальных сетях. Министерство просвещения Российской Федерации - Использует социальные сети для информирования о последних новостях и проектах в сфере образования. Министерство культуры Российской Федерации - делится новостями о культурных событиях. Министерство спорта Российской Федерации - Работает через социальные сети, чтобы просвещать и вовлекать молодежь в спортивные мероприятия. Федеральная антимонопольная служба (ФАС) - Официальные аккаунты информируют о деятельности службы и важных изменениях в законодательстве. Российская Федерация по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор) - Использует социальные сети для распространения информации о санитарных нормах и охране здоровья граждан. Федеральная служба по контролю за наркотиками (ФСКН) - участвует в социальных сетях, делясь информацией о борьбе с наркопреступностью. Губернаторы и местные администрации - многие губернаторы и органы местного самоуправления имеют активные аккаунты в социальных сетях. Прокуратура Российской Федерации - Региональные заводы также могут иметь аккаунты для информирования о своей деятельности. Местные и региональные органы власти - Множество местных администраций и муниципалитетов ведут собственные аккаунты в различных социальных сетях для взаимодействия с жителями.

В исследовании был проведен опрос, чтобы узнать, как молодежь коммуницирует с органами власти в социальных сетях. В опросе приняли участие 90 человек, возраст респондентов варьируется от 14 до 35. По данным проведенного опроса среди молодежи чаще всего используют такие социальные сети как: Telegram (35,3%), ВКонтакте (32,4%), YouTube (17,6%), TikTok (14,7%). При этом 58,3% опрошенных только частично информированы о действиях местных органов власти через социальные сети, остальные респонденты 25% информированы достаточно хорошо, и 16,6% не

информированы вовсе. За последние полгода больше половины респондентов при этом получали информацию о муниципальных инициативах через социальные сети (55,6%). Эти же граждане чувствовали в опросах или обсуждениях, организованных органами власти в социальных сетях. Опрос также показал, что 66,7% опрошенных очень редко принимают участие, 22,2% ответили «редко» и только 11,1% принимают активное участие. Большинство людей (55,6%) социальные сети не мотивируют к участию в общественной жизни, что говорит о явной проблеме ведения и коммуникации органов властей с молодежью через социальные сети.

Дополнительный анализ данных выявил корреляцию между возрастом респондентов и их вовлеченностью: наиболее активными оказались пользователи 18-25 лет (42% участия), тогда как младшая (14-17) и старшая (26-35) группы демонстрировали меньшую активность (23% и 35% соответственно). Интересно, что 68% опрошенных отметили, что готовы были бы чаще взаимодействовать с властями при наличии более удобных цифровых сервисов (онлайн-приемные, мобильные приложения). При этом только 12% респондентов знали о существовании официальных государственных ботов в мессенджерах. Эти данные подчеркивают необходимость не только улучшения контента, но и цифровой инфраструктуры взаимодействия.

Благодаря респондентам также можно выявить рекомендации по улучшению и привлечению взаимодействия молодежи в социальных сетях с органами власти. Среди них: возможность увеличения личного общения молодежи с органами власти в официальных сообществах, выделить должность в организации, кто на профессиональном уровне будет заниматься развитием социальных сетей, увеличение количества мероприятий, где молодежь может напрямую взаимодействовать с органами власти, включение интерактивного контента (опросов, викторин), а также публикация молодежного контента для привлечения (мемы, инфографика, анимация).

Особый интерес представляет анализ эффективности предложенных респондентами мер. Так, 78% опрошенных отметили, что интерактивные форматы (квизы, голосования) вызывают у них больший интерес к взаимодействию с органами власти по сравнению с традиционными информационными постами. При этом 63% респондентов указали, что визуализированный контент (инфографика, мемы) воспринимается как более доверительный. Однако лишь 29% знакомы с примерами успешной реализации подобных инициатив в своем регионе, что свидетельствует о недостаточной распространенности данных практик.

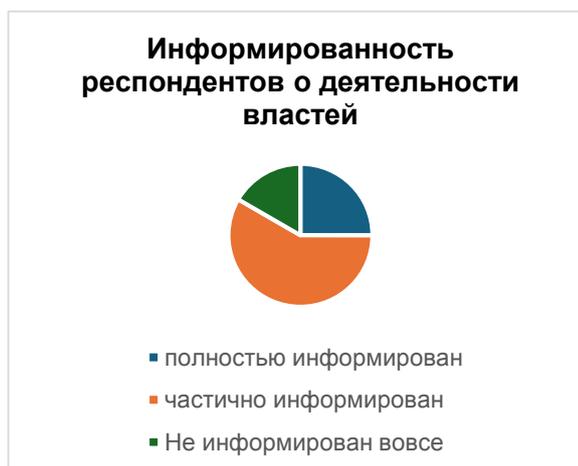
Отдельного внимания заслуживает предложение о создании специальных должностей для SMM-специалистов в госорганах. Как показал контент-анализ официальных аккаунтов, лишь 12% региональных администраций имеют в штате профильных специалистов по работе с молодежной аудиторией. Это подтверждает необходимость профессионального подхода к digital-коммуникациям, особенно с учетом того, что 81% молодежи предпочитает получать информацию через соцсети, а не официальные сайты ведомств.

Респонденты выявили самые эффективные точки взаимодействия с органами власти в социальных сетях: сообщества и группы, публикуемый контент в ленте, опросы и видеоконференции, возможность высказывать пожелания жителей города, открытые формы обратной связи.



**источник – авторская разработка*

Рис.1 Какие социальные сети используют респонденты*



**источник – авторская разработка*

Рис. 2 Информированность респондентов о деятельности властей*

Заключение

В ходе данного исследования были выявлены важные аспекты влияния социальных сетей на формирование гражданской активности молодежи в России, а также особенности взаимодействия с органами власти. Актуальность выбранной темы подтверждается постоянным ростом числа аккаунтов государственных организаций в социальных сетях и их активным использованием для информирования граждан. Несмотря на наличие платформ для взаимодействия и информирования, результаты опроса показали, что

Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

молодежь лишь частично осведомлена о действиях местных органов власти и проявляет низкий уровень активности в этом взаимодействии.

Выявленные данные также указывают на необходимость улучшения коммуникационных стратегий, используемых органами власти для более эффективного вовлечения молодежи в общественные процессы. Несмотря на значительный потенциал социальных сетей как средства для установления диалога, многие молодые люди остаются не мотивированными к активному участию в делах гражданского общества. Это подчеркивает существующую проблему, требующую внимания со стороны как государственных структур, так и общественных организаций.

Для повышения уровня гражданской активности необходимо разработать и внедрить более целенаправленные и привлекательные кампании, которые способствовали бы не только информированию молодежи о действиях властей, но и активному вовлечению её представителей в обсуждение важнейших вопросов. Эффективная интеграция социальных сетей в процесс государственного управления может существенно укрепить связь между молодежью и органами власти, обеспечивая более активное участие молодых граждан в формировании и реализации социальных инициатив, что, в свою очередь, приведет к более здоровому и активному гражданскому обществу.

Перспективным направлением дальнейших исследований может стать углубленный анализ эффективности различных форматов взаимодействия (стримы, чат-боты, интерактивные опросы) и их влияния на уровень доверия молодежи к органам власти. Особого внимания заслуживает изучение региональной специфики, поскольку вовлеченность аудитории и качество контента существенно варьируются в зависимости от территории. Кроме того, важно учитывать динамику законодательных изменений, таких как Постановление № 1963 (2024), которое может как стимулировать прозрачность коммуникации, так и создавать новые барьеры для диалога. Реализация

предложенных мер, включая геймификацию контента и сотрудничество с молодежными блогерами, способна трансформировать социальные сети в действенный инструмент гражданского просвещения и вовлечения.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 9 февраля 2009 г. № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2009. – № 7. – Ст. 776.
2. Постановление Правительства РФ от 28.12.2024 № 1963 «Об отдельных вопросах распространения информации в социальных сетях» // СЗ РФ. — 2024. — № 53 (ч. I). — Ст. 8725.
3. Домбровская А.Ю. Репрезентация гражданской активности российской молодежи в социальных медиа // Мониторинг. 2021. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reprezentatsiya-grazhdanskoy-aktivnosti-rossiyskoy-molodezhi-v-sotsialnyh-media> (дата обращения: 06.04.2025).
4. Дыжова А. А. социальные сети в жизни современной молодежи: социологический анализ // Современная наука. 2021. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-v-zhizni-sovremennoy-molodezhi-sotsiologicheskiiy-analiz> (дата обращения: 23.03.2025).
5. Ксенофонтова, Н. Молодёжь готова услышать власть через соцсети / Н. Ксенофонтова // Парламентская газета. — 2017. — 9 ноября. — Режим доступа: <https://www.pnp.ru/politics/molodyozh-gotova-uslyshat-vlast-cherez-socseti.html>. — Дата обращения: [06.04.2025].
6. Кубанская правда. В Краснодарском крае на следующей неделе ожидается потепление [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kuban.kp.ru/online/news/6288472/> (дата обращения: 06.04.2025).

7. Селезнёва М. П., Щуцкая А. В. Использование интернет-блогов и социальных сетей в российской политике // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2021. №11–1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-internet-blogov-i-sotsialnyh-setey-v-rossiyskoj-politike> (дата обращения: 06.04.2025).

8. Мизулина, Е. Эдуард Мизулин: российские блогеры и их влияние на общественное мнение / Е. Мизулина // Лента.ру. — 2023. — 1 ноября. — Режим доступа: <https://lenta.ru/news/2023/11/01/mizulina/>. — Дата обращения: [06.04.2025].

9. Пилипенко, А. Д. Гражданская активность в современной России: сущность понятия, формы проявления, факторы формирования / А. Д. Пилипенко. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2018. — № 23 (209). — С. 366–368. — URL: <https://moluch.ru/archive/209/51147/> (дата обращения: 23.03.2025).

10. Путин В. В. Цифровые платформы не должны создавать "цифровой забор" между властью и гражданами [Электронный ресурс] // ТАСС. - 2024. - URL: <https://tass.ru/politika/23740409> (дата обращения: 05.07.2024).

11. Сайганова Е.В. Трансформация роли молодежи в современном обществе // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2015. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-rol-i-molodezhi-v-sovremennom-obschestve> (дата обращения: 06.04.2025).

12. Скворцов К. На выборах в Госдуму четыре партии смогут выдвинуть свои списки / К. Скворцов // Коммерсантъ. — 2020. — 11 июня. — Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/4335251>. — Дата обращения: [06.04.2025].

13. Абрамова С.Б., Путимцева К.Р., Кондрашов А.О. Социальные сети органов власти: вовлеченность молодежи и оценка эффективности //

Ars Administrandi. 2024. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-organov-vlasti-vovlechenost-molodezhi-i-otsenka-effektivnosti> (дата обращения: 23.03.2025).

14. Хецелиус В.Е. Социальные сети как инструмент политической коммуникации // Наука без границ. 2019. №5 (33). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-kak-instrument-politicheskoy-kommunikatsii> (дата обращения: 06.04.2025).

15. Яндубаев А.В. Влияние социальных сетей на формирование общественного мнения в современных условиях // Современные научные исследования и инновации. 2024. № 7 [Электронный ресурс]. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2024/07/102349> (дата обращения: 18.03.2025).

16. Reale G. Political Participation in the Digital Age // Journal of Democracy. — 2014. — Vol. 25. — P. 195–206.

Оригинальность 78%