

## Отношение жителей мегаполиса к личному и общественному транспорту

*Ершова О.А.*

*Московский государственный психолого-педагогический университет (ФГБОУ ВО МГППУ),  
г. Москва, Российская Федерация  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8323-3886>, e-mail: [olga\\_people@mail.ru](mailto:olga_people@mail.ru)*

Работа посвящена анализу современных зарубежных публикаций, изучающих отношение к личному и общественному транспорту. На сегодняшний день восприятие социумом общественного транспорта отягощено последствиями пережитой пандемии COVID-19. «Реабилитация» и расширение услуги общественного транспорта в глазах населения — одна из важнейших задач сферы транспортных услуг в современных мегаполисах. Частично ее помогает решать услуга «совместного использования» автомобиля — каршеринга и райдпулинга, однако отношение жителей мегаполисов к ним неоднозначно. Тем не менее, данные виды транспорта можно условно отнести к общественным, так как они позволяют снизить долю личного транспорта на дорогах городов, предоставляя более «уединенные» и в связи с этим более безопасные условия перемещения с точки зрения индивидуальной защиты от распространяемых инфекционных заболеваний. Одновременно с этим каршеринг и райдпулинг позволяют сохранять безопасную психологическую дистанцию. Исследованию различных социально-психологических факторов отношения человека к общественному транспорту, и в частности каршерингу, посвящено не так много исследований, ряд из них основаны на теории запланированного поведения. Частично они рассмотрены в этой статье. Результаты проведенного анализа позволяют выявить особенности отношения пользователей общественного транспорта к его новым видам — каршерингу и райдпулингу, проанализировать его преимущества и недостатки с точки зрения жителей мегаполисов.

**Ключевые слова:** социальные представления, общественный транспорт, личный транспорт, безопасность, психологическая дистанция, теория запланированного поведения.

**Для цитаты:** Ершова О.А. Отношение жителей мегаполиса к личному и общественному транспорту [Электронный ресурс] // Современная зарубежная психология. 2023. Том 12. № 1. С. 16–25. DOI: <https://doi.org/10.17759/jmfp.2023120102>

## The Attitude of Residents of the Metropolis to Personal and Public Transport

*Olga A. Ershova*

*Moscow State University of Psychology & Education, Moscow, Russia  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8323-3886>, e-mail: [olga\\_people@mail.ru](mailto:olga_people@mail.ru)*

The article is concerned with the analysis of modern international researches on the people's attitude to personal and public transport. The article is aimed at a theoretical study of the attitude to personal and public transport abroad and is carried out by analyzing recent researches. Today, the perception of public transport by the society is burdened by the consequences of the experienced COVID-19 pandemic. "Rehabilitation" and expansion of public transport services in the minds of the population is one of the most important tasks of the transport services sector in modern megacities. Partly it helps to solve the service of "sharing" the car — car sharing and ride pooling, but the attitude of residents of megacities towards them is ambiguous. Nevertheless, these types of transport can be conditionally classified as public, as they allow reducing the share of personal vehicles on the roads of cities, providing more "secluded" and, therefore, safer travel conditions in terms of individual protection from spreading infectious diseases. At the same time, car sharing and ride pooling allow to maintain a safe psychological distance. Not many studies have been devoted to the study of various socio-psychological factors of a person's attitude to public transport and, in particular, car sharing, a number of them are based on the theory of planned behavior. Partially some of these factors are discussed in this article. The results of the analysis make it possible to identify the features of the attitude of public transport users to its new types — car sharing and ride pooling, to analyze its advantages and disadvantages from the point of view of residents of megacities.

**Keywords:** social representations, public transport, personal transport, safety, psychological distance, theory of planned behavior.

**For citation:** Ershova O.A. The attitude of residents of the metropolis to personal and public transport. *Sovremennaya zarubezhnaya psikhologiya = Journal of Modern Foreign Psychology*, 2023. Vol. 12, no. 1, pp. 16–25. DOI: <https://doi.org/10.17759/jmfp.2023120102> (In Russ.).

## Введение

В данной работе представлен обзор существующих на текущий момент зарубежных исследований отношения жителей мегаполисов к личному и общественному транспорту, а также факторов, влияющих на формирование этого отношения.

В качестве общественного транспорта мы рассматриваем не только классический наземный (автобусы, трамваи) и подземный (метро) транспорт, но и каршеринг и райдпулинг, как все больше набирающие популярность виды транспорта «совместного использования».

В статье представлены исследования, проведенные в различных крупных городах Германии, Норвегии, Шотландии, Австралии и Китая.

## Отношение жителей мегаполиса к общественному транспорту под влиянием пандемии COVID-19

Представления о личном и общественном транспорте в современных психологических исследованиях разных стран рассматриваются со всевозможных точек зрения, но их объединяет общая ориентация на социально-психологические факторы, влияющие на восприятие личного и общественного транспорта и на выбор того или иного средства передвижения в связи с внешними условиями.

Мы связали вышесказанное с таким масштабным явлением, как пандемия. Следует обратить внимание на то, насколько актуальными по сей день остаются исследования—различных аспектов человеческого бытия в контексте пандемии COVID-19 [6; 50]. Отношение к общественному транспорту подверглось значимым изменениям под ее влиянием.

Так, исследования китайских коллег показали, что под влиянием пандемии COVID-19 понимание людьми *безопасности* личного и общественного транспорта значительно изменилось. Ранее категория *безопасности* транспорта рассматривалась в основном с точки зрения двух аспектов: преступности в транспорте и дорожно-транспортных происшествий, — т. е. исследовалось отношение людей к транспорту в соответствии с уровнем риска аварий, несчастных случаев, смертности и возможности стать жертвой правонарушения. В этом смысле, как показывали зарубежные исследования, общественный транспорт воспринимался людьми как относительно безопасный для индивида способ передвижения [10; 31; 42].

Более поздние исследования, начиная с 2019 г. и по настоящее время, свидетельствуют о расширении понятия *безопасности* в транспорте и соответственное этому изменение отношения населения к перспективе его использования.

По наблюдениям Ван И. и коллег (Wang Y., 2020), условия функционирования общественного транспорта вызывают обеспокоенность, ввиду того, что люди в нем обычно находятся очень близко (тесно) друг к

другу, а системы вентиляции в метро и автобусах могут плохо работать, что способствует распространению воздушно-капельных вирусных патогенов и провоцирует вспышки инфекционных заболеваний [45].

В связи с тем, что общественный транспорт — это услуга массового характера, она в условиях пандемии становится сама по себе крайне небезопасной, несмотря на усилия системы здравоохранения по противоэпидемическим ограничениям для населения.

В связи с этим ряд исследователей сфокусировались на изучении особенностей самоощущения пассажиров общественного транспорта.

Так, Х. Донг и коллеги (Dong H., 2021) исследовали, как пассажиры интерпретируют различные угрозы в общественном транспорте после пережитой пандемии, как меняется их эмоциональное состояние в этом плане и влияют ли различные предлагаемые обществом аспекты безопасности на психологическую дистанцию [44].

Само по себе понятие «психологическая дистанция» указывает на потребность человека сохранять личное психологическое пространство в комфортных для него границах, что особенно важно в межличностных отношениях, учитывая пережитую пандемию. Нарушение психологической дистанции сегодня может восприниматься более болезненно человеком, чем 3—5 лет назад, и сказываться на общем переживании собственной безопасности рядом с другими людьми.

Авторы заостряют внимание на особенностях восприятия информации пассажирами, чтобы оценить внутренние психологические механизмы, лежащие в основе ощущения безопасности и общей удовлетворенности работой общественного транспорта.

Оказалось, что люди, склонные к регулярному мониторингу новостей и изучению информации о пандемии, ощущали себя в ситуации меньшей безопасности, находясь в общественном транспорте. Регулярное информирование о том, что заражения происходят в основном в общественном транспорте, вызывало высокий уровень тревоги и соответственно провоцировало понижение уровня удовлетворенности транспортом и стремление к увеличению физической и психологической дистанции от него.

Практика показала, что в этом смысле информационная политика может одновременно и способствовать, и препятствовать более спокойному отношению городского человека к общественному транспорту.

С одной стороны, любая информация может гарантировать своевременное информирование общественности о последних достижениях в отношении борьбы с COVID-19 и эффективных мерах защиты в транспорте, которые позволяют понизить беспокойство пассажиров.

С другой стороны, сенсационная информация и слухи могут негативно сказываться на отношении горожан к тому или иному виду транспорта, так как смешиваются с достоверной информацией и развивают сомнения и подозрительность в людях, как по отношению к друг другу, так и ко всей сфере общественного транспорта.

### Прочие факторы, влияющие на отношение к общественному транспорту

Общепризнано, что влияние пандемии будет продолжаться еще в течение долгого времени, однако во всем мире люди постепенно возвращаются в общественный транспорт и уже с учетом новых условий формируют свое отношение к нему.

Так, исследование, проведенное в Шотландии (во время пандемии COVID-19), продемонстрировало, что на выбор человеком вида транспорта влияют аффективные переживания, связанные с ним [1].

Оказалось, что отношение пассажиров к общественному транспорту и впечатления от него в значительной мере определяют поведение при выборе способа передвижения. Автомобилисты более чувствительны к факторам переполненности и антиобщественному поведению в общественном транспорте, чем постоянные пользователи.

Этот феномен может возникать из-за наличия в опыте индивида аффективных переживаний, которые могут проявляться в аффективной реакции, т. е. автоматической реакции на повторение хорошего или плохого опыта [7]. В особенности это касается негативных переживаний. Потенциально негативный прошлый опыт может повлиять на поведение человека по отношению к тому или иному виду транспорта [18].

Например, любая провокация, с которой столкнулся пассажир в автобусе, может иметь серьезные последствия для его отношения к общественному транспорту. Р. Меткалф (2012) объясняет, что такие нежелательные переживания создают негативную валентность (т. е. наделяют объект, в частности общественный транспорт, негативными свойствами, что вызывает в будущем мгновенную аффективную реакцию на этот объект) и могут негативно повлиять на будущие решения человека о поездке [28].

Кроме аффективных переживаний, на представления об общественном транспорте влияют также такие факторы, как время в пути, стоимость проезда, расстояние, возраст пассажира, его образование и уровень дохода [20; 23; 48].

Интересные результаты в странах Северной Европы обнаружены в отношении взаимосвязи уровня образования и предпочтения вида транспорта — личного или общественного. Так, выяснилось, что высокообразованные люди склонны чаще использовать активные способы передвижения (велосипед, самокат, пешие прогулки). Чем выше уровень образования человека, тем больше вероятность того, что он выберет активный или экологически чистый вид транспорта. Люди, отнесенные к этой группе социума, как выяснилось, более чувствительны к экологическим следам своего поведения. Кроме этого, люди, заботящиеся об окружающей среде, чаще пользуются общественным транспортом. Этот эффект коррелирует с социально-демографическими переменными, такими как возраст и уровень образования; высокообразованные люди, как правило, более внимательно относятся к своему углеродному следу [1].

Результаты того же исследования показали, что чем выше доход человека, тем больше вероятность того, что он будет владеть автомобилем и, следовательно, меньше вероятность того, что он будет пользоваться общественным транспортом.

Исследования, проведенные в 2022 г. в Норвегии, подтвердили, что использование общественного транспорта напрямую связано с уменьшением негативного воздействия на окружающую среду, если он используется для удовлетворения повседневных потребностей жителей больших городов в перемещении. Как отмечается в этих исследованиях, на фоне учета факторов возраста, наличия автомобиля и уровня образования, выбор между личным и общественным транспортом происходит с учетом расстояния поездки, стоимости проезда и наличия парковки. Для ряда исследователей очевидно, что длительные поездки на работу значительно влияют на эмоциональное состояние путешественников и ухудшают их настроение, что подталкивает их к выбору альтернативных способов передвижения [26].

Такие факторы, как увеличенный интервал движения автобусов и большие расстояния пешком до автобусной остановки, оказывают негативное влияние на выбор общественного транспорта. Кроме этого, само по себе владение личным автомобилем может считаться одним из наиболее значимых факторов в формировании отношения к общественному транспорту. Исследования Балкомби и коллег (2004), Пулли и коллег (2006) подтверждают, что увеличение количества личного транспорта на одного человека имеет непосредственную связь с уменьшением востребованности общественного транспорта [39; 40].

При этом, личный транспорт также может вызывать негативные переживания у жителей больших городов. Одним из наиболее значимых факторов в формировании такого отношения является наличие или отсутствие парковки.

МакКахилл и др. (2016) обнаружили, что увеличение количества парковочных мест в мегаполисах с 0,1 до 0,5 на человека связано с увеличением доли личного транспорта на дорогах примерно на 30%. Это дополнительно указывает на то, что парковка — один из решающих факторов в выборе средства передвижения [16].

Кристиансен и др. (2017) предположили, что ограниченный доступ к парковке является единственным наиболее эффективным способом сокращения количества личных автомобилей на дорогах больших городов. Кристиансен с коллегами в своих исследованиях сделали акцент на том, что высокая плата за парковку может способствовать переходу жителей больших городов от личных автомобилей к общественному транспорту [32].

С этой точки зрения, нельзя оставить без внимания *каршеринг* и *райдпулинг*. Исследованию психологических факторов, связанных с использованием каршеринга и лежащих в связи с отношением к нему и его принятием социальных представлений, посвящено множество наиболее современных исследований в транспортной психологии.

### «Совместная мобильность»: каршеринг и райдпулинг

*Каршеринг и райдпулинг* за рубежом рассматриваются в рамках понятия «совместная мобильность», идентифицирующего такие виды транспорта, которые могут использоваться совместно по мере необходимости, например: совместное использование автомобилей, совместное использование поездок (водители подвозят других людей), совместное использование велосипедов или электронных скутеров [35; 36].

*Каршеринг* означает временное использование автомобиля по необходимости в качестве альтернативы личному автомобилю. Автомобили каршеринга можно арендовать в пределах определенной территории, в месте, которое можно найти с помощью приложения, и снова припарковать в любом желаемом месте [11].

*Райдпулинг* (ridepooling) — это услуга по предоставлению транспорта для коллективной перевозки нескольких не связанных между собой людей в соответствии с их необходимостью. Пассажиры могут влиять на место посадки, пункт назначения и сроки поездки, но не на маршрут.

Каршеринг и райдпулинг представляют собой транспортные услуги, которые могут дополнить общественный транспорт и заменить личный автомобиль, благодаря чему происходит сокращение числа автомобилей на дорогах [19]. При этом каршеринг — это индивидуальное, а райдпулинг — коллективное использование транспортного средства. То есть райдпулинг больше похож на такси или пользование общественным транспортом.

Переход от владения личным транспортом к формату совместного использования требует от человека изменения привычек, непосредственно связанных с перемещением по городу. Поэтому, как отмечают Ферреро с коллегами (Ferrero et al., 2018), не все владельцы личных автомобилей могут отказаться от него; в связи с этим каршеринг часто становится заменой второму или третьему автомобилю в семье. Часто это связано с тем, что, с точки зрения автолюбителя, в отличие от личного автомобиля каршеринг требует более тщательного предварительного планирования маршрута. Но в то же время пользователи каршеринга могут выбрать из множества моделей именно ту, которая лучше всего соответствует их целям и потребностям. Кроме того, пользователям не приходится самостоятельно заниматься обслуживанием автомобилей [12].

В крупных городах каршеринг стал более популярным в 2020 г.: многие пассажиры общественного транспорта перешли на услуги каршеринга из-за пандемии Covid-19 [4].

Райдпулинг в отличие от такси предполагает совместное использование автомобиля несколькими пассажирами. В опросе пользователей приложения *CleverShuttle* (Германия) А. Кни с коллегами обнаружили, что райдпулинг наиболее популярен в определенное время дня (вечером и ночью), когда поездки на автобусе или поезде связаны с длительным ожиданием или многочисленными пересадками. Это также было

обнаружено в ходе большого опроса пользователей приложения *MOIA* в Гамбурге [25; 34].

Пользователи *MOIA* среди причин использования райдпулинга вместо личного автомобиля наиболее часто отмечали его удобство, связанное, например, с физической невозможностью вождения, отсутствием прав, отсутствием автомобиля, нехваткой парковочных мест, плохими погодными условиями или отсутствием общественного транспорта.

А. Абабио-Донкор с коллегами (2020) отмечают, что на сегодняшний день сравнительно небольшое количество исследований каршеринга и райдпулинга делают акцент на психологические факторы в качестве объяснения интереса людей к данным видам транспорта. В основном внимание исследователей направлено на социально-политические факторы, включая факторы *конфиденциальности, доверия и безопасности* исследуемых услуг [1].

Достаточно большой пул исследований посвящен факторам, связанным с экологией и окружающей средой [5; 8; 17; 22; 38; 48].

При этом отношение к окружающей среде, особенности проэкологичного поведения (т. е. совокупности конкретных действий и поступков людей, непосредственно или опосредованно направленных на воздействие на природное окружение и использование природных ресурсов), восприятие безопасности и соответствие выбранного способа передвижения потребностям человека, являются и психологическими факторами при анализе восприятия человеком услуг каршеринга, райдпулинга и общественного транспорта.

Так, одно из исследований показало, что, выбирая из новых предложений, люди склонны отдавать предпочтение тому виду транспорта, который кажется им наиболее совместимым с их устоявшимся распорядком дня, привычками и образом жизни. Кроме этого, отношение человека к проблеме экологии коррелирует с выбираемым видом транспорта: так, люди с большим вниманием, относящиеся к окружающей среде, отдают предпочтение райдпулингу, а не каршерингу. Это можно объяснить кажущимся сходством райдпулинга с общественным транспортом и соответствующими ожиданиями в отношении этого способа передвижения.

### Теория запланированного поведения в исследованиях отношения к общественному и личному транспорту

Отношение человека к общественному транспорту в ряде исследований рассматривается с точки зрения *Теории запланированного поведения*, которая утверждает, что, любое поведение человека определяется намерением осуществить его. Намерение определяется отношением, социальными или субъективными нормами и воспринимаемым внешним контролем [2]. Эти психологические переменные коренятся в социально-демографических характеристиках человека, личности, жизненных ценностях и окружении [3].

*Теория запланированного поведения* широко применялась в транспортных исследованиях для понимания предпочтений человека в использовании автомобилей, общественного транспорта, ходьбы и езды на велосипеде [13; 29]. Благодаря ей, социальные особенности совместного использования автомобилей были исследованы достаточно широко, но личностные особенности выбора средства передвижения, а конкретнее — мотивов и препятствий этого выбора, на сегодняшний день исследованы недостаточно [24; 41; 48], хотя на данный момент важность психосоциальных конструктов становится все более очевидной для понимания того, почему люди принимают те или иные решения относительно средств передвижения.

В 2019 г. Мунзел с коллегами провели подробный литературный обзор мотиваторов и препятствий на пути к совместному использованию автомобилей и сообщили, что более 60% исследований ключевыми мотиваторами называют экономию средств и удобство использования. Однако остается непонятным, можно ли считать их наиболее важными психосоциальными факторами выбора каршеринга или прочие факторы все же не были учтены [15].

Отдельное внимание стоит уделить исследованиям таких факторов при выборе транспорта, как социальные нормы, «автомобильная гордость» [30], а также культура и символика [46]. Возможно, единственным исследованием, рассматривающим роль социальных норм в использовании каршеринга, является исследование Бюлто с коллегами (2019), которые определили, что подражание друзьям и членам семьи является важным предиктором выбора каршеринга [9].

До сих пор теория запланированного поведения использовалась для изучения отношения к общественному транспорту, велосипеду, ходьбе и личному автомобилю в качестве средства передвижения, и пока он не нашел широкого применения для изучения отношения к каршерингу.

Отношение к транспорту, рассмотренное в этих исследованиях, включало представления о свободе, удовольствии, удобстве, автономии, конфиденциальности, гибкости, экономии времени, рентабельности и экологичности. Некоторые установки являются функциональными и включают в себя практические соображения (например, экономию времени, экономическую эффективность, удобство и т. д.). Другие установки являются аффективными и связаны с тем, как человек чувствует себя при определенном поведении (например, ощущение свободы, получение удовольствия и пр.) [43; 49].

В исследовании Т. Джейн с коллегами (2021) перечисленные выше мотиваторы и препятствия на пути к использованию каршеринга были рассмотрены подробнее [21].

#### 1. Экономия на издержках.

Многие участники этого исследования подчеркнули, что совместное использование автомобилей является более экономичным способом по сравнению с покупкой собственной машины и сопутствующими ей расходами (в том числе покупка парковочного места);

#### 2. Удобство.

Интерпретация респондентами понятия «удобство» варьировалась в зависимости от их предыдущего опыта. Для многих удобство было связано с доступом к автомобилю и самим процессом использования приложения, что можно считать его ключевым преимуществом по сравнению с общественным транспортом. Респонденты отмечали, что им не нужно слишком далеко идти, чтобы получить доступ к машине. В сочетании с доступностью новых автомобилей последних моделей, простыми механизмами бронирования, оплаты и разблокировки автомобилей система стала привлекательной и даже захватывающей для многих пользователей каршеринга.

Кроме этого, по сравнению с личным автомобилем, удобство, которое отмечали респонденты, касалось снижения беспокойства относительно заправки, очистки или регулярного обслуживания автомобиля.

В противовес этим результатам, достаточно большое количество респондентов отмечали неудобство каршеринга, так как этот способ передвижения, по их мнению, требовал слишком тщательного планирования маршрута и уменьшал их свободу и способность действовать спонтанно. Неудобство также объяснялось трудностями с предварительным бронированием и беспокойством, связанным с его продолжительностью.

#### 3. Окружающая среда и экологичность.

Как показало исследование, многие пользователи каршеринга имели стабильные личные установки в отношении окружающей среды и чувствовали за собой обязательство свести к минимуму использование автомобилей. Они рассматривали каршеринг как эффективный инструмент для минимизации зависимости от них, а соответственно уменьшение негативного влияния на окружающую среду. Однако при этом вполне возможно, что некоторые пользователи выбирают каршеринг, чтобы их считали гражданами, заботящимися об окружающей среде [14; 27; 47].

#### 4. Общность с другими пользователями.

Некоторые пользователи оценили каршеринг как возможность стать частью сообщества единомышленников.

В отличие от пользователей каршеринга, достаточно большое количество людей, владеющих личными автомобилями, не стремились к совместному использованию по двум основным причинам.

Во-первых, среди них распространено представление о том, что *личный автомобиль — это личное пространство, и было бы некомфортно и небезопасно делить его с другими.*

Во-вторых, они отмечали свою *вынужденную зависимость* от других людей, часто даже незнакомых им.

#### 5. Здоровье.

Некоторые пользователи каршеринга считают его «здоровой альтернативой» владению личным автомобилем, поскольку он устраняет нездоровое искушение постоянно пользоваться своим авто даже в поездках на ближайшие расстояния.

#### 6. Социальные нормы.

Социальные нормы сыграли ключевую роль в намерении людей пользоваться каршерингом. Этот вывод

согласуется с недавним исследованием, проведенным во Франции, в котором подражание решениям и мнению друзей и членам семьи об использовании каршеринга было важным стимулом к использованию совместных автомобилей. Эти результаты согласуются с исследованиями, в которых сообщается о сильной взаимозависимости между нормативными убеждениями и намерением пользоваться общественным транспортом и иметь личный автомобиль [33; 37]. Некоторые исследования показали, что социальные нормы играют более важную роль в принятии решений о мобильности, чем межличностные отношения.

#### 7. Доступность сервиса для людей с детьми.

Среди нескольких опрошенных, не являющихся пользователями каршеринга, распространено твердое убеждение, что совместное использование автомобилей не соотносится с родительством. Так, они отмечали, что не могут даже представить, как они будут пользоваться каршерингом: «...думаю о том, что я беру автокресло, коляску, сумку и выхожу из дома и иду пешком три квартала, чтобы добраться до бронированной машины, а потом возвращаюсь, забираю детей, а они, наверное, плачут, и я все это застегиваю, и засовываю коляску сзади, снова иду, потом еду, а потом мне нужно вернуть машину на то же самое место, вытащить из нее все вещи и ребенка и идти домой. Думаю, что вскоре я просто куплю машину» [21].

8. Практические трудности в использовании каршеринга.

Фотографирование: многие пользователи, были недовольны усилиями, которые необходимо приложить для фотографирования автомобиля до и после использования. Люди воспринимают это занятие хлопотным и потенциально опасным, особенно в местах с интенсивным движением или в условиях низкой освещенности.

Низкий уровень топлива: многие пользователи каршеринга рассказывали о бронировании машин с низким уровнем топлива, из-за чего им приходилось тратить еще полчаса на дозаправку. Это особенно проблематично для краткосрочных бронирований, поскольку такие трудности могут сделать услугу каршеринга бесполезной и стрессовой.

Проблемы с отслеживанием времени аренды: некоторые активные пользователи каршеринга отмечают необходимость постоянно следить за временем, что часто становится источником стресса, особенно если пользователь попадает в пробку или был вынужден менять маршрут на ходу. В одном из исследований отмечалось, что порой пользователям приходится бронировать машину на дополнительный час или на целый день, чтобы минимизировать уровень стресса.

#### 9. Социальный статус.

Ряд исследований показали, что выбор способа передвижения может восприниматься как показатель статуса человека. В случае с каршерингом это особенно важно, так как большинство автомобилей в этом сервисе имеют заметную маркировку (обычно — наклейки), что может быть истолковано как отсутствие у водителя возможности приобрести личный автомобиль: «Я думаю, что на людях, которые пользуются каршерингом, есть клеймо, которое указывает на то, что они не могут позволить себе купить машину» [21]. Однако есть и такие пользователи каршеринга, которым нравится, что они могут ездить на «более хороших автомобилях, чем они могут позволить себе купить».

## Заключение

Таким образом, исследования, посвященные изучению восприятия людьми такого способа передвижения, как каршеринг, демонстрируют особенности их отношения к совместному использованию автомобилей, который включает ключевые преимущества и недостатки данного сервиса. Ключевые преимущества каршеринга, отмеченные респондентами, включали экономию средств, преимущества для окружающей среды, удобство и возможность свести к минимуму хлопоты и материальные затраты. Ключевые недостатки: некоторые неудобства в использовании данного вида услуг, проблемы в самоощущении из-за понижения социального статуса, стресс и психическое напряжение из-за технических ограничений.

## Литература

1. *Ababio-Donkor A., Saleh W., Fonzzone A.* Understanding transport mode choice for commuting: the role of affect // *Transportation Planning and Technology*. 2020. Vol. 43. № 4. P. 385—403. DOI:10.1080/03081060.2020.1747203
2. *Ajzen I.* The theory of planned behavior // *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 1991. Vol. 50. № 2. P. 179—211. DOI:10.1016/0749-5978(91)90020-T
3. *Ajzen, I.* The theory of planned behaviour: Reactions and reflections // *Psychology & Health*. 2011. Vol. 26. № 9. P. 1113—1127. DOI:10.1080/08870446.2011.613995
4. *Alonso-Almeida M. del M.* To Use or Not Use Car Sharing Mobility in the Ongoing COVID-19 Pandemic? Identifying Sharing Mobility Behaviour in Times of Crisis // *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2022. Vol. 19. № 5. Article ID 3127. 14 p. DOI:10.3390/ijerph19053127
5. *Amirkiaee S.Y., Evengelopoulos N.* Why do people rideshare? An experimental study // *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*. 2018. Vol. 55. P. 9—24. DOI:10.1016/j.trf.2018.02.025
6. *Amit S., Kafy A.* A content-based analysis to identify the influence of COVID-19 on sharing economy activities // *Spatial Information Research*. 2022. Vol. 30. № 2. P. 321—333. DOI:10.1007/s41324-022-00433-w

7. *Baumeister R.F., Bushman B.* Social Psychology and Human Nature. Boston: Cengage Learning, 2014. 832 p.
8. *Becker H., Ciari F., Axhausen K.W.* Comparing car-sharing schemes in Switzerland: User groups and usage patterns // *Transportation Research Part A: Policy and Practice*. 2017. Vol. 97. P. 17—29. DOI:10.1016/j.tra.2017.01.004
9. *Bulteau J., Feuillet T., Dantan S.* Carpooling and carsharing for commuting in the Paris region: A comprehensive exploration of the individual and contextual correlates of their uses // *Travel Behaviour and Society*. 2019. Vol. 16. P. 77—87. DOI:10.1016/j.tbs.2019.04.007
10. *Cafiso S., Di Graziano A., Pappalardo G.* Using the Delphi method to evaluate opinions of public transport managers on bus safety // *Safety science*. 2013. Vol. 57. P. 254—263. DOI:10.1016/j.ssci.2013.03.001
11. Carsharing business models in Germany: characteristics, success and future prospects / K. Münzel, W. Boon, K. Frenken, T. Vaskelainen // *Information Systems and e-Business Management*. 2018. Vol. 16. № 2. P. 271—291. DOI:10.1007/s10257-017-0355-x
12. Car-sharing services: An annotated review / F. Ferrero, G. Perboli, M. Rosano, A. Vesco // *Sustainable Cities and Society*. 2018. Vol. 37. P. 501—518. DOI:10.1016/j.scs.2017.09.020
13. *Clifton K., Carrasco J.A.* Workshop Synthesis: Measuring attitudes and perceptions in quantitative surveys // *Transportation Research Procedia*. 2018. Vol. 32. P. 495—500. DOI:10.1016/j.trpro.2018.10.040
14. *Curtale R., Liao F., van der Waerden P.* User acceptance of electric car-sharing services: The case of the Netherlands // *Transportation Research Part A: Policy and Practice*. 2021. Vol. 149. P. 266—282. DOI:10.1016/j.tra.2021.05.006
15. Different business models — different users? Uncovering the motives and characteristics of business-to-consumer and peer-to-peer carsharing adopters in The Netherlands / K. Münzel, L. Piscicelli, W. Boon, K. Frenken // *Transportation Research Part D: Transport and Environment*. 2019. Vol. 73. P. 276—306. DOI:10.1016/j.trd.2019.07.001
16. Effects of Parking Provision on Automobile Use in Cities: Inferring Causality / C.T. McCahill, N. Garrick, C. Atkinson-Palombo, A. Polinski // *Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board*. 2016. Vol. 2543. № 1. P. 159—165. DOI:10.3141/2543-19
17. *Efthymiou D., Antoniou C.* Modeling the propensity to join carsharing using hybrid choice models and mixed survey data // *Transport Policy*. 2016. Vol. 51. P. 143—149. DOI:10.1016/j.tranpol.2016.07.001
18. *Emotional Geographies* / Eds. J. Davidson, L. Bondi, M. Smith. New York: Routledge, 2016. 272 p. DOI:10.4324/9781315579245
19. Examining the impact of car-sharing on private vehicle ownership / F. Zhou, Z. Zheng, J. Whitehead, R.K. Perrons, S. Washington, L. Page // *Transportation Research Part A: Policy and Practice*. 2020. Vol. 138. P. 322—341. DOI:10.1016/j.tra.2020.06.003
20. Investigating the subjective and objective factors influencing teenagers' school travel mode choice — An integrated choice and latent variable model / M. Kamargianni, S. Dubey, A. Polydoropoulou, C. Bhat // *Transportation Research Part A: Policy and Practice*. 2015. Vol. 78. P. 473—488. DOI:10.1016/j.tra.2015.06.011
21. *Jain T., Rose G., Johnson M.* “Don't you want the dream?": Psycho-social determinants of car share adoption // *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*. 2021. Vol. 78. P. 226—245. DOI:10.1016/j.trf.2021.02.008
22. *Jin F., Yao E., An K.* Understanding customers' battery electric vehicle sharing adoption based on hybrid choice model // *Journal of Cleaner Production*. 2020. Vol. 258. Article ID 120764. 13 p. DOI:10.1016/j.jclepro.2020.120764
23. *Johansson M.V., Heldt T., Johansson P.* The effects of attitudes and personality traits on mode choice // *Transportation Research Part A: Policy and Practice*. 2006. Vol. 40. № 6. P. 507—525. DOI:10.1016/j.tra.2005.09.001
24. *Kent de Grey R.G., Werner C.M., Lohnes K.L.* Strengthening proenvironmental intentions: Intrinsic interest may support use of transport alternatives to driving alone // *Transportation Research Part A: Policy and Practice*. 2018. Vol. 116. P. 260—274. DOI:10.1016/j.tra.2018.06.021
25. *Kostorz N., Fraedrich E., Kagerbauer M.* Usage and User Characteristics — Insights from MOIA, Europe's Largest Ridepooling Service // *Sustainability*. 2021. Vol. 13. № 2. Article ID 958. 18 p. DOI:10.3390/su13020958
26. *Kuss P., Nicholas K.A.* A dozen effective interventions to reduce car use in European cities: Lessons learned from a meta-analysis and transition management // *Case Studies on Transport Policy*. 2022. Vol. 10. № 3. P. 1494—1513. DOI:10.1016/j.cstp.2022.02.001
27. *Mattia G., Mugion R.G., Principato L.* Shared mobility as a driver for sustainable consumptions: The intention to re-use free-floating car sharing // *Journal of Cleaner Production*. 2019. Vol. 237. Article ID 117404. 10 p. DOI:10.1016/j.jclepro.2019.06.235
28. *Metcalfe R., Dolan P.* Behavioural economics and its implications for transport // *Journal of Transport Geography*. 2012. Vol. 2. P. 503—511. DOI:10.1016/j.jtrangeo.2012.01.019
29. Modeling effects of driver safety attitudes on traffic violations in China using the theory of planned behavior / C. Tan, Y. Shi, L. Bai, K. Tang, K. Suzuki, H. Nakamura // *IATSS Research*. 2022. Vol. 46. № 1. P. 63—72. DOI:10.1016/j.iatssr.2022.02.001
30. *Moody J., Zhao J.* Car pride and its bidirectional relations with car ownership: Case studies in New York City and Houston // *Transportation Research Part A: Policy and Practice*. 2019. Vol. 124. P. 334—353. DOI:10.1016/j.tra.2019.04.005
31. *Nordfjærn T., Rundmo T.* Differences in risk perception, priorities, worry and demand for risk mitigation in transport among Norwegians in 2004 and 2008 // *Safety Science*. 2010. Vol. 48. № 3. P. 357—364. DOI:10.1016/j.ssci.2009.10.001

32. Parking facilities and the built environment: Impacts on travel behavior / P. Christiansen, Ø. Engebretsen, N. Fearnley, U.J. Hanssen // *Transportation Research Part A: Policy and Practice*. 2017. Vol.95. P. 198—206. DOI:10.1016/j.tra.2016.10.025
33. Perceived behavioral control moderating effects in the theory of planned behavior: A meta-analysis / M.S. Hagger, M.W.-L. Cheung, I. Ajzen, K. Hamilton // *Health Psychology*. 2022. Vol. 41. № 2. P. 155—167. DOI:10.1037/hea0001153
34. Ride-Pooling-Dienste und ihre Bedeutung für den Verkehr. Nachfragemuster und Nutzungsmotive am Beispiel von “CleverShuttle” — eine Untersuchung auf Grundlage von Buchungsdaten und Kundenbefragungen in vier deutschen Städten / A. Knie, L. Ruhrort, J. Gödde, T. Pfaff. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, 2020. 22 p.
35. Shaheen S., Martin E., Totte H. Zero-emission vehicle exposure within U.S. carsharing fleets and impacts on sentiment toward electric-drive vehicles // *Transport Policy*. 2020. Vol. 85. P. A23—A32. DOI:10.1016/j.tranpol.2019.09.008
36. Sharing strategies: carsharing, shared micromobility (bikesharing and scooter sharing), transportation network companies, microtransit, and other innovative mobility modes / S. Shaheen, A. Cohen, N. Chan, A. Bansal // *Transportation, Land Use, and Environmental Planning* / Ed. E. Deakin. Amsterdam: Elsevier, 2020. P. 237—262. DOI:10.1016/B978-0-12-815167-9.00013-X
37. Social norms and public transport usage: empirical study from Shanghai / D. Zhang, J.-D. Schmöcker, S. Fujii, X. Yang // *Transportation*. 2016. Vol. 43. № 5. P. 869—888. DOI:10.1007/s11116-015-9625-y
38. “Sustainability is a nice bonus” the role of sustainability in carsharing from a consumer perspective / B. Hartl, T. Sabitzer, E. Hofmann, E. Penz // *Journal of Cleaner Production*. 2018. Vol. 202. P. 88—100. DOI:10.1016/j.jclepro.2018.08.138
39. The demand for public transport: a practical guide / R. Balcombe, R. Mackett, N. Paulley, J. Preston, J. Shires, H. Titheridge, M. Wardman, P. White. London: Transportation Research Laboratory, 2004. 246 p.
40. The demand for public transport: The effects of fares, quality of service, income and car ownership / N. Paulley, R. Balcombe, R. Mackett, H. Titheridge, J. Preston, M. Wardman, J. Shires, P. White // *Transport Policy*. 2006. Vol. 13. № 4. P. 295—306. DOI:10.1016/j.tranpol.2005.12.004
41. Travelers’ attitudes toward carpooling in Lahore: motives and constraints / M.A. Javid, T. Mehmood, H.M. Asif, A.U. Vaince, M. Raza // *Journal of Modern Transportation*. 2017. Vol. 25. P. 268—278. DOI:10.1007/s40534-017-0135-9
42. Truong L.T., Currie G. Macroscopic road safety impacts of public transport: A case study of Melbourne, Australia // *Accident Analysis & Prevention*. 2019. Vol. 132. Article ID 105270. 10 p. DOI:10.1016/j.aap.2019.105270
43. Understanding car sharing preferences and mode substitution patterns: A stated preference experiment / A.P. Carrone, V.M. Hoening, A.F. Jensen, S.E. Mabit, J. Rich // *Transport Policy*. 2020. Vol.98. P.139—147. DOI:10.1016/j.tranpol.2020.03.010
44. Understanding public transport satisfaction in post COVID-19 pandemic / H. Dong, S. Ma, N. Jia, J. Tian // *Transport Policy*. 2021. Vol. 101. P. 81—88. DOI:10.1016/j.tranpol.2020.12.004
45. Unique epidemiological and clinical features of the emerging 2019 novel coronavirus pneumonia (COVID-19) implicate special control measures / Y. Wang, Y. Wang, Y. Chen, Q. Qin // *Journal of Medical Virology*. 2020. Vol. 92. № 6. P. 568—576. DOI:10.1002/jmv.25748
46. Using thematic analysis to explore symbolism in transport choice across national cultures / D.P. Ashmore, R. Thoreau, C. Kwami, N. Christie, N.A. Tyler // *Transportation*. 2020. Vol. 47. № 2. P. 607—640. DOI:10.1007/s11116-018-9902-7
47. Wang L., Zhang Q., Wong P.P.W. Purchase Intention for Green Cars Among Chinese Millennials: Merging the Value-Attitude-Behavior Theory and Theory of Planned Behavior / *Frontiers in Psychology*. 2022. Vol. 13. Article ID 786292. 18 p. DOI:10.3389/fpsyg.2022.786292
48. What influences travelers to use Uber? Exploring the factors affecting the adoption of on-demand ride services in California / F. Alemi, G. Circella, S. Handy, P. Mokhtarian // *Travel Behaviour and Society*. 2018. Vol. 13. P. 88—104. DOI:10.1016/j.tbs.2018.06.002
49. Yáñez M.F., Raveau S., Ortúzar J.D. Inclusion of latent variables in Mixed Logit models: Modelling and forecasting // *Transportation Research Part A: Policy and Practice*. 2010. Vol. 44. № 9. P. 744—753. DOI:10.1016/j.tra.2010.07.007
50. Zebardast L., Radaei M. The influence of global crises on reshaping pro-environmental behavior, case study: the COVID-19 pandemic // *Science of The Total Environment*. 2022. Vol. 811. Article ID 151436. 10 p. DOI:10.1016/j.scitotenv.2021.151436

## References

1. Ababio-Donkor A., Saleh W., Fonzone A. Understanding transport mode choice for commuting: the role of affect. *Transportation Planning and Technology*, 2020. Vol. 43, no. 4, pp. 385—403. DOI:10.1080/03081060.2020.1747203
2. Ajzen I. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1991. Vol. 50, no. 2, pp. 179—211. DOI:10.1016/0749-5978(91)90020-T
3. Ajzen, I. The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology & Health*, 2011. Vol. 26, no. 9, pp. 1113—1127. DOI:10.1080/08870446.2011.613995
4. Alonso-Almeida M. del M. To Use or Not Use Car Sharing Mobility in the Ongoing COVID-19 Pandemic? Identifying Sharing Mobility Behaviour in Times of Crisis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2022. Vol. 19, no. 5, article ID 3127, 14 p. DOI:10.3390/ijerph19053127



5. Amirkiaee S.Y., Evengelopoulos N. Why do people rideshare? An experimental study. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 2018. Vol. 55, pp. 9—24. DOI:10.1016/j.trf.2018.02.025
6. Amit S., Kafy A. A content-based analysis to identify the influence of COVID-19 on sharing economy activities. *Spatial Information Research*, 2022. Vol. 30, no. 2, pp. 321—333. DOI:10.1007/s41324-022-00433-w
7. Baumeister R.F., Bushman B. *Social Psychology and Human Nature*. Boston: Cengage Learning, 2014. 832 p.
8. Becker H., Ciari F., Axhausen K.W. Comparing car-sharing schemes in Switzerland: User groups and usage patterns. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 2017. Vol. 97, pp. 17—29. DOI:10.1016/j.tra.2017.01.004
9. Bulteau J., Feuillet T., Dantan S. Carpooling and carsharing for commuting in the Paris region: A comprehensive exploration of the individual and contextual correlates of their uses. *Travel Behaviour and Society*, 2019. Vol. 16, pp. 77—87. DOI:10.1016/j.tbs.2019.04.007
10. Cafiso S., Di Graziano A., Pappalardo G. Using the Delphi method to evaluate opinions of public transport managers on bus safety. *Safety science*, 2013. Vol. 57, pp. 254—263. DOI:10.1016/j.ssci.2013.03.001
11. Münzel K., Boon W., Frenken K., Vaskelainen T. Carsharing business models in Germany: characteristics, success and future prospects. *Information Systems and e-Business Management*, 2018. Vol. 16, no. 2, pp. 271—291. DOI:10.1007/s10257-017-0355-x
12. Ferrero F., Perboli G., Rosano M., Vesco A. Car-sharing services: An annotated review. *Sustainable Cities and Society*, 2018. Vol. 37, pp. 501—518. DOI:10.1016/j.scs.2017.09.020
13. Clifton K., Carrasco J.A. Workshop Synthesis: Measuring attitudes and perceptions in quantitative surveys. *Transportation Research Procedia*, 2018. Vol. 32, pp. 495—500. DOI:10.1016/j.trpro.2018.10.040
14. Curtale R., Liao F., van der Waerden P. User acceptance of electric car-sharing services: The case of the Netherlands. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 2021. Vol. 149, pp. 266—282. DOI:10.1016/j.tra.2021.05.006
15. Münzel K., Piscicelli L., Boon W., Frenken K. Different business models — different users? Uncovering the motives and characteristics of business-to-consumer and peer-to-peer carsharing adopters in The Netherlands. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 2019. Vol. 73, pp. 276—306. DOI:10.1016/j.trd.2019.07.001
16. McCahill C.T., Garrick N., Atkinson-Palombo C., Polinski A. Effects of Parking Provision on Automobile Use in Cities: Inferring Causality. *Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board*, 2016. Vol. 2543, no. 1, pp. 159—165. DOI:10.3141/2543-19
17. Efthymiou D., Antoniou C. Modeling the propensity to join carsharing using hybrid choice models and mixed survey data. *Transport Policy*, 2016. Vol. 51, pp. 143—149. DOI:10.1016/j.tranpol.2016.07.001
18. Davidson J., Bondi L., Smith M. (eds.). *Emotional Geographies*. New York: Routledge, 2016. 274 p. DOI:10.4324/9781315579245
19. Zhou F., Zheng Z., Whitehead J., Perrons R.K., Washington S., Page L. Examining the impact of car-sharing on private vehicle ownership. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 2020. Vol. 138, pp. 322—341. DOI:10.1016/j.tra.2020.06.003
20. Kamargianni M., Dubey S., Polydoropoulou A., Bhat C. Investigating the subjective and objective factors influencing teenagers' school travel mode choice — An integrated choice and latent variable model. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 2015. Vol. 78, pp. 473—488. DOI:10.1016/j.tra.2015.06.011
21. Jain T., Rose G., Johnson M. “Don't you want the dream?": Psycho-social determinants of car share adoption. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 2021. Vol. 78, pp. 226—245. DOI:10.1016/j.trf.2021.02.008
22. Jin F., Yao E., An K. Understanding customers' battery electric vehicle sharing adoption based on hybrid choice model. *Journal of Cleaner Production*, 2020. Vol. 258, article ID 120764, 13 p. DOI:10.1016/j.jclepro.2020.120764
23. Johansson M.V., Heldt T., Johansson P. The effects of attitudes and personality traits on mode choice. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 2006. Vol. 40, no. 6, pp. 507—525. DOI:10.1016/j.tra.2005.09.001
24. Kent de Grey R.G., Werner C.M., Lohnes K.L. Strengthening proenvironmental intentions: Intrinsic interest may support use of transport alternatives to driving alone. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 2018. Vol. 116, pp. 260—274. DOI:10.1016/j.tra.2018.06.021
25. Kostorz N., Fraedrich E., Kagerbauer M. Usage and User Characteristics — Insights from MOIA, Europe's Largest Ridepooling Service. *Sustainability*, 2021. Vol. 13, no. 2, article ID 958, 18 p. DOI:10.3390/su13020958
26. Kuss P., Nicholas K.A. A dozen effective interventions to reduce car use in European cities: Lessons learned from a meta-analysis and transition management. *Case Studies on Transport Policy*, 2022. Vol. 10, no. 3, pp. 1494—1513. DOI:10.1016/j.cstp.2022.02.001
27. Mattia G., Mugion R.G., Principato L. Shared mobility as a driver for sustainable consumptions: The intention to re-use free-floating carsharing. *Journal of Cleaner Production*, 2019. Vol. 237, article ID 117404, 10 p. DOI:10.1016/j.jclepro.2019.06.235
28. Metcalfe R., Dolan P. Behavioural economics and its implications for transport. *Journal of Transport Geography*, 2012. Vol. 2, pp. 503—511. DOI:10.1016/j.jtrangeo.2012.01.019
29. Tan C., Shi Y., Bai L., Tang K., Suzuki K., Nakamura H. Modeling effects of driver safety attitudes on traffic violations in China using the theory of planned behavior. *IATSS Research*, 2022. Vol. 46, no. 1, pp. 63—72. DOI:10.1016/j.iatssr.2022.02.001
30. Moody J., Zhao J. Car pride and its bidirectional relations with car ownership: Case studies in New York City and Houston. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 2019. Vol. 124, pp. 334—353. DOI:10.1016/j.tra.2019.04.005
31. Nordfjærn T., Rundmo T. Differences in risk perception, priorities, worry and demand for risk mitigation in transport among Norwegians in 2004 and 2008. *Safety Science*, 2010. Vol. 48, no. 3, pp. 357—364. DOI:10.1016/j.ssci.2009.10.001

32. Christiansen P., Engebretsen Ø., Fearnley N., Hanssen U.J. Parking facilities and the built environment: Impacts on travel behavior. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 2017. Vol. 95, pp. 198—206. DOI:10.1016/j.tra.2016.10.025
33. Hagger M.S., Cheung M.W.-L., Ajzen I., Hamilton K. Perceived behavioral control moderating effects in the theory of planned behavior: A meta-analysis. *Health Psychology*, 2022. Vol. 41, no. 2, pp. 155—167. DOI:10.1037/hea0001153
34. Knie A., Ruhrort L., Gödde J., Pfaff T. Ride-Pooling-Dienste und ihre Bedeutung für den Verkehr. Nachfragemuster und Nutzungsmotive am Beispiel von “CleverShuttle” — eine Untersuchung auf Grundlage von Buchungsdaten und Kundenbefragungen in vier deutschen Städten. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, 2020. 22 p.
35. Shaheen S., Martin E., Totte H. Zero-emission vehicle exposure within U.S. carsharing fleets and impacts on sentiment toward electric-drive vehicles. *Transport Policy*, 2020. Vol. 85, pp. A23—A32. DOI:10.1016/j.tranpol.2019.09.008
36. Shaheen S., Cohen A., Chan N., Bansal A. Sharing strategies: carsharing, shared micromobility (bikesharing and scooter sharing), transportation network companies, microtransit, and other innovative mobility modes. In Deakin E. (ed.), *Transportation, Land Use, and Environmental Planning*. Amsterdam: Elsevier, 2020, pp. 237—262. DOI:10.1016/B978-0-12-815167-9.00013-X
37. Zhang D., Schmöcker J.-D., Fujii S., Yang X. Social norms and public transport usage: empirical study from Shanghai. *Transportation*, 2016. Vol. 43, no. 5, pp. 869—888. DOI:10.1007/s11116-015-9625-y
38. Hartl B., Sabitzer T., Hofmann E., Penz E. “Sustainability is a nice bonus” the role of sustainability in carsharing from a consumer perspective. *Journal of Cleaner Production*, 2018. Vol. 202, pp. 88—100. DOI:10.1016/j.jclepro.2018.08.138
39. Balcombe R., Mackett R., Paulley N., Preston J., Shires J., Titheridge H., Wardman M., White P. The demand for public transport: a practical guide. London: Transportation Research Laboratory, 2004. 246 p.
40. Paulley N., Balcombe R., Mackett R., Titheridge H., Preston J., M. Wardman, Shires J., White P. The demand for public transport: The effects of fares, quality of service, income and car ownership. *Transport Policy*, 2006. Vol. 13, no. 4, pp. 295—306. DOI:10.1016/j.tranpol.2005.12.004
41. Javid M.A., Mehmood T., Asif H.M., Vaince A.U., Raza M. Travelers’ attitudes toward carpooling in Lahore: motives and constraints. *Journal of Modern Transportation*, 2017. Vol. 25, pp. 268—278. DOI:10.1007/s40534-017-0135-9
42. Truong L.T., Currie G. Macroscopic road safety impacts of public transport: A case study of Melbourne, Australia. *Accident Analysis & Prevention*, 2019. Vol. 132, article ID 105270, 10 p. DOI:10.1016/j.aap.2019.105270
43. Carrone A.P., Hoening V.M., Jensen A.F., Mabit S.E., Rich J. Understanding car sharing preferences and mode substitution patterns: A stated preference experiment. *Transport Policy*, 2020. Vol. 98, pp. 139—147. DOI:10.1016/j.tranpol.2020.03.010
44. Dong H., Ma S., Jia N., Tian J. Understanding public transport satisfaction in post COVID-19 pandemic. *Transport Policy*, 2021. Vol. 101, pp. 81—88. DOI:10.1016/j.tranpol.2020.12.004
45. Wang Y., Wang Y., Chen Y., Qin Q. Unique epidemiological and clinical features of the emerging 2019 novel coronavirus pneumonia (COVID-19) implicate special control measures. *Journal of Medical Virology*, 2020. Vol. 92, no. 6, pp. 568—576. DOI:10.1002/jmv.25748
46. Ashmore D.P., Thoreau R., Kwami C., Christie N., Tyler N.A. Using thematic analysis to explore symbolism in transport choice across national cultures. *Transportation*, 2020. Vol. 47, no. 2, pp. 607—640. DOI:10.1007/s11116-018-9902-7
47. Wang L., Zhang Q., Wong P.P.W. Purchase Intention for Green Cars Among Chinese Millennials: Merging the Value-Attitude-Behavior Theory and Theory of Planned Behavior. *Frontiers in Psychology*, 2022. Vol. 13, article ID 786292, 18 p. DOI:10.3389/fpsyg.2022.786292
48. Alemi F., Circella G., Handy S., Mokhtarian P. What influences travelers to use Uber? Exploring the factors affecting the adoption of on-demand ride services in California. *Travel Behaviour and Society*, 2018. Vol. 13, pp. 88—104. DOI:10.1016/j.tbs.2018.06.002
49. Yáñez M.F., Raveau S., Ortúzar J. D. Inclusion of latent variables in Mixed Logit models: Modelling and forecasting. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 2010. Vol. 44, no. 9, pp. 744—753. DOI:10.1016/j.tra.2010.07.007
50. Zebardast L., Radaei M. The influence of global crises on reshaping pro-environmental behavior, case study: the COVID-19 pandemic. *Science of The Total Environment*, 2022. Vol. 811, article ID 151436, 10 p. DOI:10.1016/j.scitotenv.2021.151436

#### **Информация об авторе**

Ершова Ольга Александровна, магистр психологии, Московский государственный психолого-педагогический университет (ФГБОУ ВО МГППУ), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8323-3886>, e-mail: [olga\\_people@mail.ru](mailto:olga_people@mail.ru)

#### **Information about the author**

Olga A. Ershova, Master in Psychology, Moscow State University of Psychology & Education, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8323-3886>, e-mail: [olga\\_people@mail.ru](mailto:olga_people@mail.ru)

Получена 29.12.2022

Received 29.12.2022

Принята в печать 10.03.2023

Accepted 10.03.2023