

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

DOI: 10.26794/2226-7867-2020-10-6-105-112  
УДК 323.39,330.117(045)

## Анализ информационного сопровождения реализации национальных проектов\*

Д.В. Петросянц<sup>а</sup>, Д.Д. Осинина<sup>б</sup>

<sup>а,б</sup> Финансовый университет, Москва, Россия

<sup>а</sup> <https://orcid.org/0000-0002-8167-9005>; <sup>б</sup> <https://orcid.org/0000-0002-5565-2079>

### АННОТАЦИЯ

В статье изучено и проанализировано информационное сопровождение реализации национальных проектов (НП). Авторы рассматривают, в том числе, частотность упоминания, контекст, а также – в положительном или отрицательном ключе подана информация о кураторах, руководителях и администраторах национальных проектов в статьях по этой теме. Кроме того, авторами проведен анализ результатов социологических исследований на предмет осведомленности населения о наличии национальных проектов – в общем, и отдельных проектах – в частности. На основании проведенного исследования медиаполя авторами сделан вывод относительно качества продвижения и разъяснения целей и первичных результатов национальных проектов для общественной аудитории.

**Ключевые слова:** национальные проекты; цифровая экономика; информационное сопровождение; СМИ; социальные медиа; большие данные

**Для цитирования:** Петросянц Д.В., Осинина Д.Д. Анализ информационного сопровождения реализации национальных проектов. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2020;10(6):105-112. DOI: 10.26794/2226-7867-2020-10-6-105-112

ORIGINAL PAPER

## Analysis of Information Support of the Implementation of National Projects\*\*

D.V. Petrosyants<sup>а</sup>, D.D. Osinina<sup>б</sup>

<sup>а,б</sup> Financial University, Moscow, Russia

<sup>а</sup> <https://orcid.org/0000-0002-8167-9005>; <sup>б</sup> <https://orcid.org/0000-0002-5565-2079>

### ABSTRACT

In this article, the authors studied and analyses the information support for the implementation of national projects. It includes the frequency of mentioning (context, in a positive or negative way) of supervisors, leaders and administrators of national projects in articles with the presence of the topic of national projects. Also, we analysed the results of sociological research for the awareness of the population about the existence of national projects, in principle, and about individual projects, in particular. Based on the analysis of the media field, the authors concluded the quality of promotion and explanation of the goals and primary results of national projects for the public audience.

**Keywords:** national projects; digital economy; information support; media; social media; big data

**For citation:** Petrosyants D.V., Osinina D.D. Analysis of information support of the implementation of national projects. *Gumanitarnye Nauki. Vestnik Finansovogo Universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2020;10(6):105-112. DOI: 10.26794/2226-7867-2020-10-6-105-112

\* Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финансового университета 2020 г.

\*\* The article is based on the results of studies carried out of the expense of budget funds on the state task of the Financial University in 2020.

**Н**ациональные проекты, старт которым был положен Президентом России В. В. Путиным в мае 2018 г., являются ключевыми целевыми установками для социально-экономического развития Российской Федерации. Пандемия коронавируса внесла свои коррективы и оказала влияние на экономики всех стран мира, в том числе и России, соответственно, сложно ожидать четкого, неукоснительного и безусловного выполнения всех целей и достижения контрольных показателей, установленных в национальных проектах 2019–2024 гг.

В связи с этим реализация национальных проектов была пролонгирована до 2030 г. Таким образом, основные целевые показатели, заложенные в национальных проектах, по-прежнему являются ориентирами для социально-экономического развития страны.

Прежде чем приступить непосредственно к анализу продвижения реализации национальных проектов среди населения, определимся с методологией исследования.

В процессе исследования будут использованы методы контент-анализа, сравнения и измерения оценок, квалиметрические синтетические измерения, метрия агрегированных BigData в СМИ и Интернете, синтез и анализ. Период исследования: с мая 2018 по август 2020 г.

Итак, для начала определим, какие категории граждан в целом имеют представление о на-

циональных проектах и каков общий уровень осведомленности.

Согласно результатам всероссийского опроса, проведенного в феврале 2019 г., о национальных проектах слышали только 41% граждан. При этом хорошо осведомлены о целях и значении национальных проектов всего 2% опрошенных. Если же обратиться к половозрастной структуре респондентов, то наиболее информированной является социальная группа в возрасте 45–59 лет, а наименее информированной — молодежь в возрасте от 18 до 24 лет. Столь низкий уровень осведомленности россиян о национальных проектах заставляет задуматься о том, интересна ли гражданам эта тема в принципе. Согласно результатам опроса, более 60% респондентов хотели бы получать информацию о реализации национальных проектов, и лишь 10% не испытывают интереса к данной тематике. Соответственно, мы можем констатировать, что причиной столь низкого уровня осведомленности граждан о национальных проектах является не отсутствие интереса, — напротив, россияне демонстрируют запрос на соответствующее информационное сопровождение проекта. В то же время 41% респондентов отметили, что никакой информации о национальных проектах не видели. Лидерами опроса по уровню информированности граждан являются здравоохранение (25%), предпринимательство

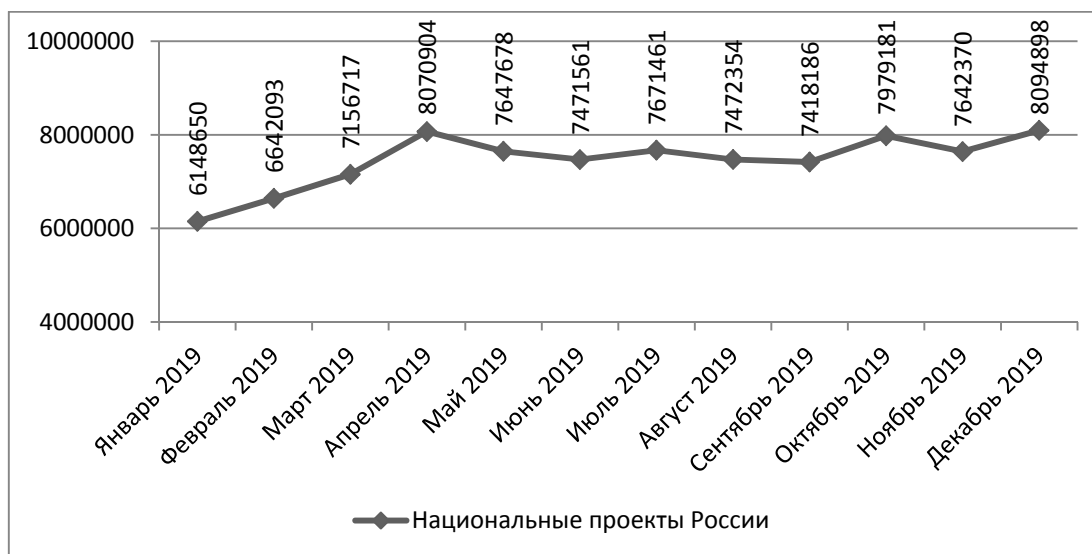
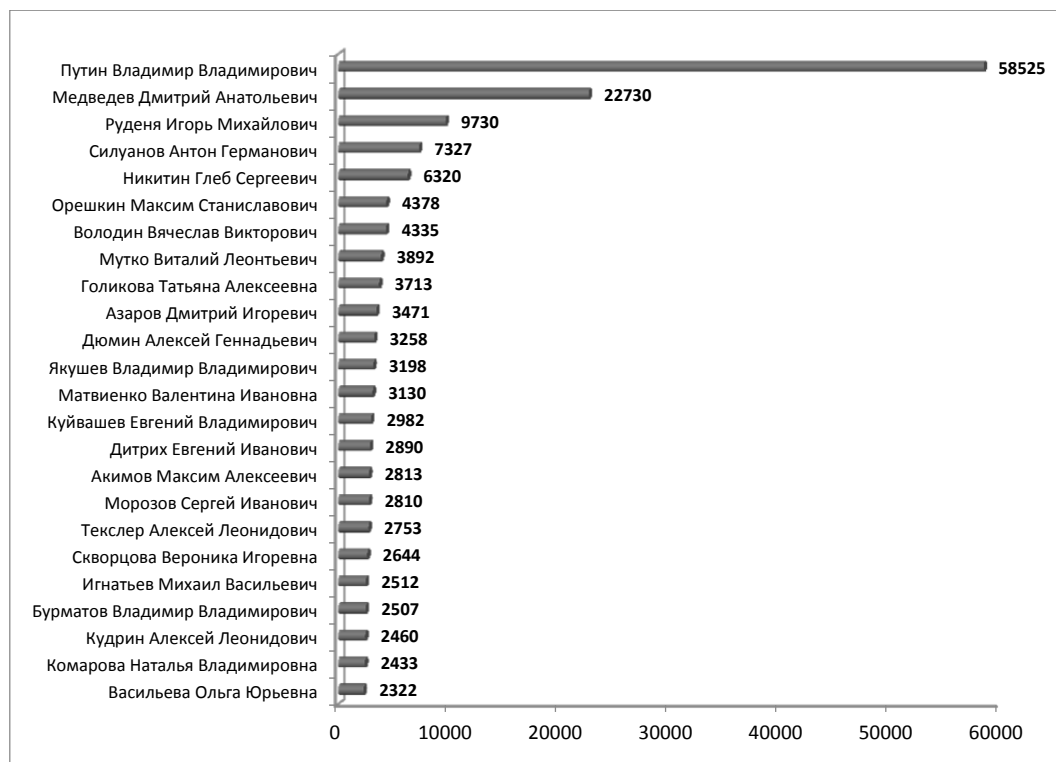


Рис. 1 / Fig. 1. Динамика числа публикаций в российских СМИ по запросу «национальные проекты России» за 2019 г. по месяцам / Dynamics of the number of publications in Russian media on the request “National projects of Russia” for 2019 by months

Источник / Source: составлено авторами / compiled by authors.



**Рис. 2 / Fig. 2. Частота упоминания персон по агрегированному запросу «национальные проекты + их реализация + руководители НП» в 2019 г. (СМИ всех уровней) / Frequency of mentioning persons on the aggregate request “National projects + their implementation + NP leaders” in 2019 (mass media of all levels)**

Источник / Source: составлено авторами / compiled by authors.

(23%), образование и экология (22%), дороги и демография (21%)<sup>1</sup>.

Портал «Будущее России. Национальные проекты», оператором которого является ТАСС, в конце 2019 г. выяснил у экспертов актуальное состояние национальных проектов и степень их эффективности для социально-экономического развития страны, а также — каковы перспективы нацпроектов до 2024 г. (<https://futurerussia.gov.ru/nacionalnye-proekty/odin-iz-sesti-ctodal-ekonomike-rossii-pervyj-god-realizacii-nasproektov>). Сам по себе портал призван заниматься пропагандой и максимально эффективной подачей информации для экспертов, специалистов, населения страны. В итоге получилось нечто вроде Russia Today по национальным проектам для внутрироссийского пользования.

Применение экспертных показателей, оценивающих поток информации СМИ, начнем с использования аналитических инструментов СКАН-Интерфакс.

<sup>1</sup> ВЦИОМ: россияне мало знают о национальных проектах. URL: <https://www.asi.org.ru/news/2019/06/21/vtsiom-natsproekty> (дата обращения: 18.11.2020).

Первым полноценным и, соответственно, эталонным для дальнейших сравнений годом исследования оценки обществом реализации национальных проектов стал 2019 г. (рис. 1).

На рис. 1 можно заметить большое число статей (от 6 до 8 млн в мес.) и информационных материалов, содержащихся в базе СКАН по окончании 2019 г. Отметим, что по данному запросу обнаружена большая зашумленность данных, при этом мы имеем возможность представить себе генеральную совокупность исследуемой выборки.

Жестко закрепив в следующем аналитическом запросе к базе СКАН связь национальных проектов и их кураторов и руководителей, получаем сжатую картину упоминания в СМИ лиц, ответственных за их реализацию. Таким образом, мы можем оценить некоторые особенности контекста, связанного с их деятельностью (всего немногим более 302 тыс. публикаций), а также оценить наиболее часто упоминаемые агрегированные сюжеты по запросу «национальные проекты» в 2019 г. (рис. 2).

На рис. 3 представлена частотность упоминания регионов РФ (субъектов Федерации и крупных городов) в связи с выполнением национальных проектов.

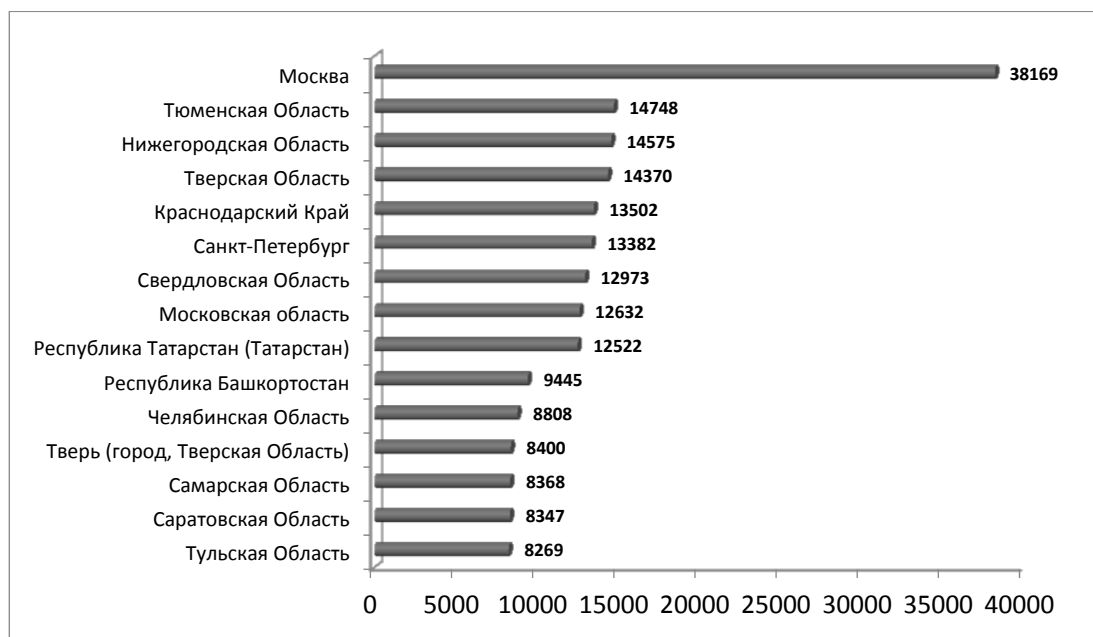


Рис. 3 / Fig. 3. Частота упоминания регионов РФ по агрегированному запросу «национальные проекты + их реализация + руководители НП» в 2019 г. (СМИ всех уровней) / Frequency of mentioning regions on the aggregate request “National projects + their implementation + NP leaders” in 2019 (mass media of all levels)

Источник / Source: составлено авторами / compiled by authors.

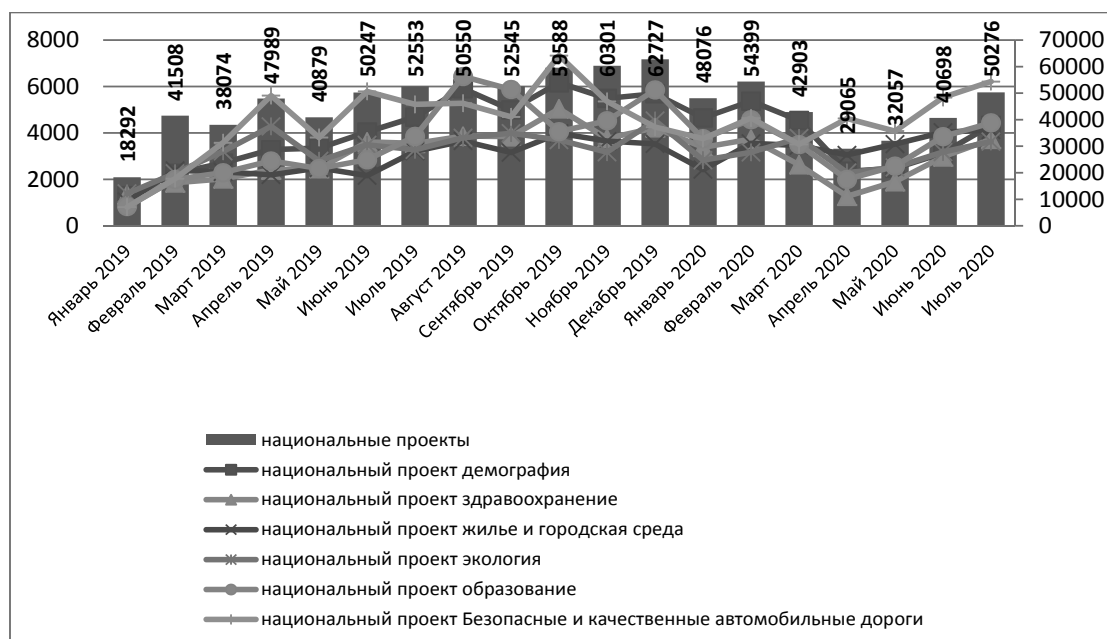


Рис. 4 / Fig. 4. Динамика публикаций по шести наиболее упоминаемым нацпроектам в контексте их реализации, число публикаций / The dynamics of publications on the six most mentioned national projects in the context of their implementation, the number of publications

Источник / Source: составлено авторами / compiled by authors.

На рис. 4–5 продемонстрирована динамика публикаций в русскоязычных СМИ за период исполнения национальных проектов (динамика по агрегированному восприятию национальных проектов и по 12 конкретным национальным проектам: шесть наиболее упоминаемых и шесть

наименее упоминаемых). Если же обратиться к агрегированной частоте упоминания правительственных структур, национальных проектов и государственных корпораций в 2020 г., то, разумеется, само Правительство РФ — на первом месте 13,4% (рис. 6). Из министерств и ведомств

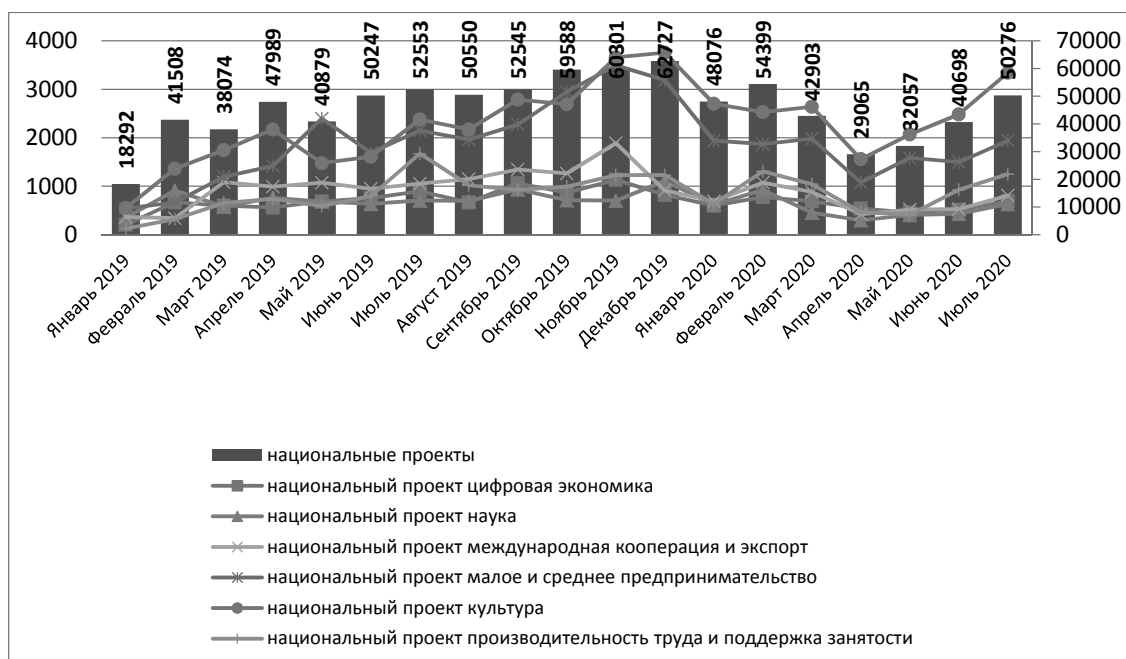


Рис. 5 / Fig. 5. Динамика публикаций по шести наименее упоминаемым нацпроектам в контексте их реализации, число публикаций / Dynamics of publications on six least mentioned national projects in the context of their implementation, number of publications

Источник / Source: составлено авторами / compiled by authors.

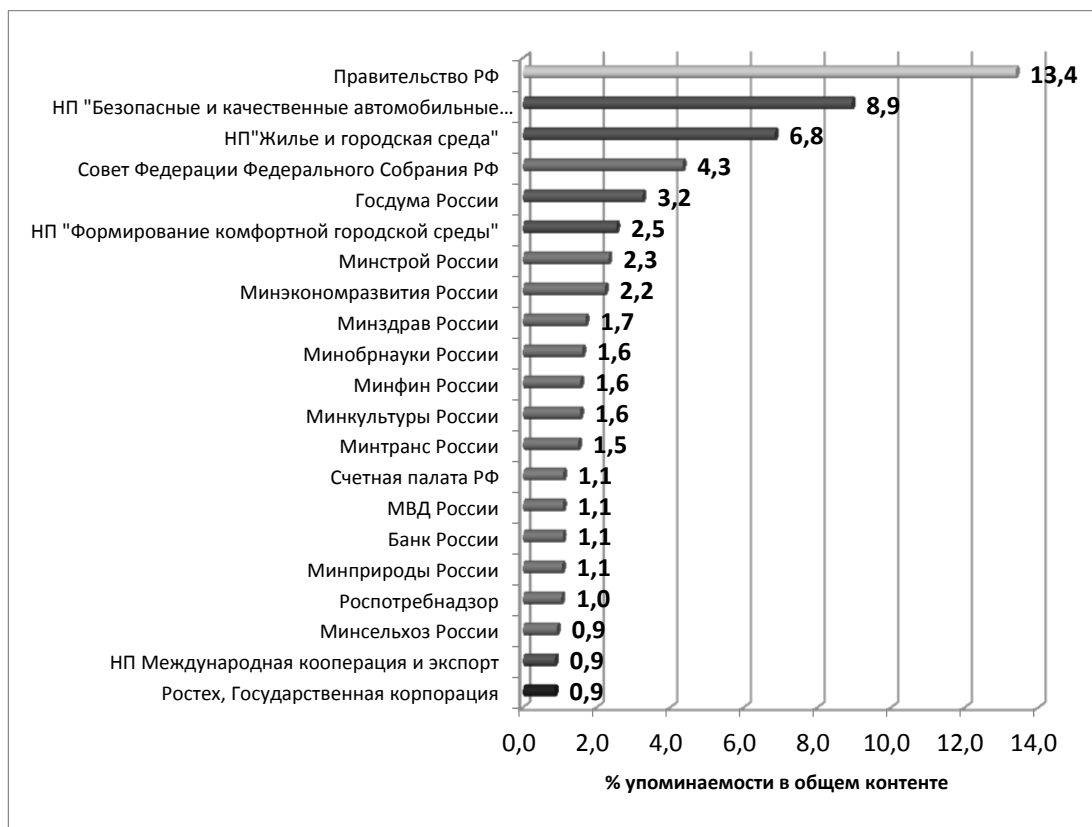


Рис. 6 / Fig. 6. Агрегированная частотность упоминания правительственных структур, НП и государственных корпораций в связи с реализацией НП в 2020 г., % (до 16 августа 2020 года) / Aggregated frequency of mentioning government structures, NPs and state corporations in connection with NP implementation in 2020, % (until August 16, 2020)

Источник / Source: составлено авторами / compiled by authors.

**Частотность упоминания персон в медийном русскоязычном пространстве в соответствии с упоминанием НП и их реализацией в 2020 г. / The frequency of mentioning persons in the Russian-speaking media space following the mention of NP and their implementation in 2020**

Персона	Должность	Частота упоминаний	Средний процент упоминаний по 12 НП
Путин Владимир Владимирович	Президент РФ	12	26,1
Никитин Глеб Сергеевич	Губернатор Нижегородской области	12	4,0
Мишустин Михаил Владимирович	Премьер-министр Правительства РФ	12	1,8
Азаров Дмитрий Игоревич	Губернатор Самарской области	12	1,7
Морозов Сергей Иванович	Губернатор Ульяновской области	12	1,5
Комарова Наталья Владимировна	Губернатор Ханты-Мансийского автономного округа – Югры	12	0,8
Дюмин Алексей Геннадьевич	Губернатор Тульской области	11	0,8
Медведев Дмитрий Анатольевич	Заместитель председателя Совета Безопасности РФ	11	0,8
Островский Алексей Владимирович	Губернатор Смоленской области	10	1,0
Минниханов Рустам Нургалиевич	Президент Республики Татарстан	10	0,9
Кондратьев Вениамин Иванович	Губернатор Краснодарского края	10	0,8
Текслер Алексей Леонидович	Губернатор Челябинской области	10	0,7
Голубев Василий Юрьевич	Губернатор Ростовской области	10	0,7
Артамонов Игорь Георгиевич	Глава администрации Липецкой области	10	0,6
Куйвашев Евгений Владимирович	Губернатор Свердловской области	10	0,6
Николаев Айсен Сергеевич	Глава Республики Саха (Якутия)	10	0,6
Руденя Игорь Михайлович	Губернатор Тверской области	9	3,0
Бочаров Андрей Иванович	Губернатор Волгоградской области	9	0,6
Бречалов Александр Владимирович	Глава Удмуртской Республики	9	0,5
Хабиров Радий Фаритович	Глава Республики Башкортостан	9	0,5
Травников Андрей Александрович	Губернатор Новосибирской области	8	0,9
Шапша Владислав Валерьевич	Губернатор Калужской области	8	0,4
Васильев Игорь Владимирович	Губернатор Кировской области	7	0,6

Источник / Source: составлено авторами / compiled by authors.





Рис. 7 / Fig. 7. Частота упоминания в СМИ субъектов Федерации ЦФО в связи с исполнением национальных проектов в 2020 г. (с 01.01.2020 до 16.08.2020) / Frequency of mention in the media of the subjects of the Federation of the Central Federal District in connection with the implementation of national projects in 2020 (from 01/01/2020 to 08/16/2020)

Источник / Source: составлено авторами / compiled by authors.

наиболее заметны Минстрой (2,3%), Минэкономразвития (2,2%) и Минздрав (1,7%). Из представителей высшей школы — два вуза: РАНХиГС (0,5%) и НИУ ВШЭ (0,3%).

В таблице приведены результаты замера частоты упоминания медиаперсон в связи с национальными проектами и их реализацией в российских СМИ в 2020 г. Интерес вызывает частотность этих упоминаний по конкретным нацпроектам. Обращает на себя внимание тот факт, что наиболее медийно заметны руководители российских регионов, а федеральные министры и иные чиновники представлены только премьер-министром М.В. Мишустиним (третье место).

Таким образом, частота упоминания в СМИ национальных проектов по субъектам Федерации дает нам возможность оценить работу местных администраций по их продвижению и информационному сопровождению. На рис. 7 представлена частота упоминания в СМИ субъектов Федерации ЦФО в связи с исполнением национальных проектов в 2020 г. В числе наиболее заметных — Москва (20% контента по теме), Московская область (12%), Тверская область (12%).

Таким образом, анализ СМИ позволяет нам выявить территории и медиаперсон, наиболее «засвеченных» в связи с исполнением национальных проектов. Замеры тональности публикаций

не показали существенных изменений оценки как в негативную, так и позитивную сторону, скорее, это констатация факта наличия и медиаприсутствия такой темы, как «исполнение национальных проектов».

**Согласно результатам всероссийского опроса, проведенного в феврале 2019 г., о национальных проектах слышали только 41% граждан. При этом хорошо осведомлены о целях и значении национальных проектов всего 2% опрошенных.**

Резюмируя вышесказанное, можно сделать следующие выводы.

Во-первых, большинство национальных проектов остаются для аудитории СМИ и социальных медиа малопонятными и оторванными от повседневной жизни. Эксперты различного уровня дают пространственные заключения, которые предназначены не для разъяснения преследуемых

целей населению, а для чиновников, финансовых аналитиков, аудиторов и т.п. Чаще же мы видим, что участие медиаперсон в контексте обсуждения и оценки национальных проектов становится для них еще одной возможностью напомнить о себе и засветиться в медиаполе.

Во-вторых, в СМИ отсутствует профессиональный анализ национальных проектов с точки зрения реальности и возможности достижения заложенных в них целевых ориентиров. Нет оценок чиновников и независимых экспертов, ответственных за осуществление национальных проектов, по эффективности уже вложенных ресурсов. В отчетных статьях и полемических материалах не ставится вопрос: требуется ли коррекция и уточнение целевых показателей в связи с новыми вызовами?

В-третьих, можно отметить неоднородный интерес (от активного обсуждения до практически полного молчания), проявляемый в СМИ к региональным политическим лидерам и чиновникам в связи с выполнением национальных проектов. Связано это в первую очередь с умелым привлечением ими внимания к собственной персоне с использованием федерального проекта как возможности самопиара либо — с нежеланием заниматься подобной информационно-коммуникационной активностью.

Эксперты и аналитики должны постоянно оценивать важность и актуальность различных потенциальных новостных сюжетов, которые конкурируют за время и внимание и, соответственно, способны формировать общественное мнение.

### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

**Даниэл Викторович Петросяни** — кандидат экономических наук, заместитель руководителя Департамента политологии, Финансовый университет, Москва, Россия  
dan-basa@yandex.ru

**Дарья Дмитриевна Осинина** — аспирантка Департамента политологии, Финансовый университет, Москва, Россия  
DDOsinina@fa.ru

### ABOUT THE AUTHORS

**Daniel V. Petrosyants** — Cand. Sci. (Econ.), Deputy Head of the Department of Political Sciences, Financial University, Moscow, Russia  
dan-basa@yandex.ru

**Daria D. Osinina** — Postgraduate student, Department of Political Sciences, Financial University, Moscow, Russia  
DDOsinina@fa.ru

*Статья поступила 04.10.2020; принята к публикации 28.10.2020.*

*Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.*

*The article received on 04.10.2020; accepted for publication on 28.10.2020.*

*The authors read and approved the final version of the manuscript.*