




Оригинальная статья

УДК 316.4

DOI: 10.18413/2408-9338-2020-6-4-0-6

Просянюк Д. В.<sup>1</sup>   
Кислицина И. Д.<sup>2</sup> 

Компаративный анализ оценок значимости проблем  
социально-экономического развития регионов России

<sup>1)</sup> Независимый исследователь, США

6014 Sanctuary Garden Blvd., Port Orange, Volusia County, FL 32128, USA

Объединенная металлургическая компания

Озерковская наб., д. 28, стр. 2, 115184, Москва, Россия

*darya.prosyanyuk@gmail.com*

<sup>2)</sup> Федеральный научно-исследовательский социологический центр

Российской академии наук

ул. Кржижановского, 24/35, корп. 5, Москва, 117218, Россия

*i.letina@list.ru*

**Аннотация.** В статье описаны результаты комплексного анализа оценок актуальности проблем социально-экономического развития российских регионов с точки зрения населения, экспертного сообщества и средств массовой информации. Акцент сделан на описание повестки дня региональных медиа как ключевых коммуникационных посредников между властью и гражданами. В условиях внедрения инструментов управления бизнесом в деятельность органов власти актуализируется необходимость адекватного применения сопутствующих инструментов, в частности, информационного обеспечения управленческой деятельности. Значимость изучения содержания и структуры повестки дня средств массовой информации, как основного источника знаний об окружающем мире для большинства населения, обусловлена их ключевой ролью в процессах модернизации экономики и общества: сегодня медиа являются одновременно источниками информационной повестки и координаторами обратной связи между обществом и органами власти. Целью нашего исследования является выявление информации о состоянии социально-значимых проблем в регионах с точки зрения различных субъектов – средств массовой информации, населения и экспертного сообщества. Общей методологической рамкой исследования является стратегия смешивания методов как способ интеграции количественных и качественных методов сбора и анализа данных. Для достижения цели была разработана методика компаративного измерения социальных процессов, результаты апробации которой показали ее высокую эффективность для решения задачи оценки реальной проблемной ситуации в регионах в условиях реализации нацпроектов. Эмпирические работы проводились на данных, собранных 4-х пилотных регионах с различным уровнем социокультурной модернизации. Для формализации и оценки различий мнений населения,

экспертного сообщества и повестки СМИ предложен индекс «недооцененности» социально-экономических проблем региона. В результате исследования были зафиксированы существенные недостатки информационного обеспечения процессов управления, в том числе хода реализации национальных проектов. В материалах статьи наглядно показано, что актуальность ряда проблем намеренно преувеличивается, в то время как значимость других у mažается или полностью игнорируется. Также исследование продемонстрировало, что главенствующая роль в обсуждении проблем принадлежит региональным властям и диагностировало весьма тревожный симптом – уверенность значительного числа граждан и профессиональных экспертов в том, что деятельность властей направлена исключительно на удовлетворение собственных потребностей. Ключевой проблемой информационного освещения национальных проектов в региональных медиа можно считать недостаток доступной информации об их целях и ходе реализации. Исследовательские работы в соответствии с разработанной методикой и выходом на формулировку конкретных рекомендаций по повышению эффективности проведения информационного обеспечения хода реализации нацпроектов и вовлечения заинтересованных сторон (в первую очередь, населения) в обсуждение и выработку проектных решений будут продолжены в 2021 году.

**Ключевые слова:** национальные проекты; региональные средства массовой информации; социальная субъектность; государственная информационная политика; повестка дня.

**Информация для цитирования:** Просьянюк Д. В., Кислицина И. Д. Компаративный анализ оценок значимости проблем социально-экономического развития регионов России // Научный результат. Социология и управление. 2020. Т. 6, № 4. С. 87-111. DOI: 10.18413/2408-9338-2020-6-4-0-6

*Original article*

Daria V. Prosyanyuk<sup>1</sup>   
Irina D. Kislitsyna<sup>2</sup> 

**Significance of problems of socio-economic development  
of Russian regions and their comparative analysis**

<sup>1</sup>) Independent Researcher, USA  
6014 Sanctuary Garden Blvd., Port Orange, Volusia County, FL 32128, USA  
United Metallurgical Company (OMK)  
28 – 2, Ozerkovskaya nab., Moscow, 115184, Russia  
*darya.prosyanyuk@gmail.com*

<sup>2</sup>) Federal Center for Theoretical and Applied Sociology,  
Russian Academy of Sciences  
bld. 5, 24/35, Krzhizhanovsky St., Moscow, 117218, Russia  
*i.letina@list.ru*

**Abstract.** The article deals with a study of media agenda as an indicator in the diagnosis of socio-economic development of Russian regions. The practice of implementation of business management tools into activities of government bodies dictates the need for

adequate use of related tools, in particular, information support. Today, mass media plays a key role in the process of economic modernization. From the functional point of view, mass media is both an agenda-setting actor and a coordinator of feedback between society and local authorities. The purpose of our research is to identify and compare opinions concerning the condition of socially significant problems in Russian regions from the point of view of mass media, population and local expert community. The methodological framework of the study is the strategy of mixing methods as a way to integrate quantitative and qualitative methods of data collection and analysis. To achieve the goal, we have devised a special technique to compare measurements of opinions of different actors. The technique is highly effective to solve a problem of assessing the real problem situation in the regions in the context of national projects. Empirical work was carried out on data collected from 4 regions with different levels of socio-cultural modernization. To formalize and evaluate differences in the opinions of population, expert community, and media agenda, an index of "underestimation" of socio-economic problems in the region is proposed. The study revealed significant shortcomings in the information support of management processes, including the implementation of national projects. The article clearly shows that the relevance of some problems is deliberately exaggerated, while the significance of others is diminished or completely ignored. The study also showed that the regional authorities play a leading role in discussing problems and diagnosed a very disturbing symptom – the confidence of a significant number of citizens and professional experts that the authorities' activities are aimed solely at meeting their own needs. The key problem of information coverage of national projects in regional media can be considered as the lack of available information about their goals and implementation. The research aimed to formulation of specific recommendations to improve the effectiveness of information support for the implementation of national projects and the involvement of stakeholders (primarily the population) in the discussion and development of project solutions will continue in 2021.

**Keywords:** national projects; regional mass media; social subjectivity; state information policy; media agenda

**Information for citation:** Prosyanyuk, D. V. and Kislitsyna, I. D. (2020), "Significance of problems of socio-economic development of Russian regions and their comparative analysis", *Research Result. Sociology and management*, 6 (4), 87-111, DOI: 10.18413/2408-9338-2020-6-4-0-6

**Введение (Introduction).** В начале 2000-х годов в России возникла практика внедрения инструментов управления бизнесом в деятельность органов власти. Первым инструментом комплексного решения целевых задач стали федеральные целевые программы, в дальнейшем в практику управления вошли национальные проекты и государственные программы. Указом Президен-

та Российской Федерации от 7 мая 2018 года (далее – майский Указ, Указ) установлены новые национальные проекты (далее – нацпроекты); согласно генеральному целеполаганию, они должны «обеспечить прорывы в научно-технологическом и социально-экономическом развитии России, повысить уровень жизни каждого гражданина, а

также создать возможности для его самореализации»<sup>1</sup>.

Однако, как показывают исследования (см., например, Информационно-аналитический бюллетень ... , 2019: 8), «в процессе принятия решений властно-управленческая вертикаль практически не учитывает индивидуально-групповые интересы населения». Как следствие, нередко можно встретить мнение, что проекты являются отнюдь не «национальными», а, скорее, «правительственными». И действительно: «Правительство предлагает проект, само руководит им, участвует в распределении финансовых средств, без учета общественного мнения и контроля. При этом проекты часто разрабатываются самими исполнителями, не имеющими опыта использования методик и методов проектного управления, а также без привлечения специалистов-практиков в данной области. Отраслевые министерства и ведомства осуществляют разработку планов программ и реализуемых работ не под проблему, а под возможности, задачи и цели самих исполнителей, при этом сохраняется отраслевой принцип, от которого необходимо уходить» (Зозуля, Зозуля, Еремина, 2019).

Данное мнение подтверждается результатами опросов населения: более половины жителей России ничего не слышали о национальных проектах<sup>2</sup>. Более того, два из десяти россиян не только ничего не знают о национальных проектах, но и не имеют интереса и желания узнать<sup>3</sup>. Результаты экс-

пертного опроса подтверждают положение дел – по их оценкам, оповещение население об Указе организовано слабо (37,3%) либо вообще не прослеживается (27,5%)<sup>4</sup>.

Как известно, коммуникация власти с гражданами в большинстве случаев происходит опосредованно, через третьего субъекта, которым, чаще всего, являются средства массовой информации (далее – СМИ, медиа). По этой причине важнейшей частью процесса реализации нацпроектов становится информационное обеспечение в медиа, поскольку опыт показывает, что «блок мотивационных проблем, а именно то, как воспринимают государственные инициативы основные группы акторов: национальная элита, население и бизнес, создает значительные сложности на пути реализации национальных проектов» (Бедняков, Мизеринь, 2019: 20).

Важным аспектом информационно-социального контекста реализации нацпроектов и, шире, социокультурной модернизации и развития регионов, является наличие/формирование социальной субъектности населения и других субъектов. Не является ли низкий уровень вовлеченности граждан в реализацию нацпроектов следствием, в том числе, системных недоработок в информационном обеспечении? Какова, по мнению СМИ, субъектность нацпроектов и как она соотносится с населением – главным благополучателем от их реализации? Какие социальные группы конструируют и транслируют повестку, совпадает ли их видение

<sup>1</sup> Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 года № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года». URL: <http://kremlin.ru/acts/bank/43027>.

<sup>2</sup> Всероссийский опрос НАФИ, дата проведения – май-июнь 2019 г. URL: <https://nafi.ru/analytics/natsionalnye-proekty-ozhidanie-rossiyan-en-national-projects-expectation-of-russians/>

<sup>3</sup> Аналитический отчет ЦСР и АНО «Национальные приоритеты» «Ценностные ориентиры россиян и их

соответствие приоритетам развития государства», 2020 г.

URL: <https://www.csr.ru/ru/publications/tsennostnye-orientiry-rossiyan-i-ikh-sootvetstvie-prioritetam-razvitiya-gosudarstva/>

<sup>4</sup> Опрос проведен в рамках «Проекта РНФ № 19-18-00345 «Академический проект: управляемость процессов социального группообразования в регионах с разным уровнем социокультурной модернизации и поддержка населением стратегии развития РФ до 2024 года» (рук. – д-р социол. наук, проф. А. В. Тихонов)», опрошен 51 эксперт.

актуальных проблем с реальными «болями» населения? Какая роль, в конечном итоге, отведена гражданам региона – носителям проблем, участников постановки и обсуждения проблем или безмолвных потребителей результатов управленческих решений? В рамках нашего исследования мы постараемся ответить на эти вопросы с помощью анализа материалов медиа и сопоставления полученных результатов с опросными данными. На наш взгляд, в контексте изучения форматов участия населения в реализации нацпроектов на материалах региональных СМИ уместно говорить о феномене «информационно-социального группообразования», который понимается как процесс активизации (отчуждения) населения (и других стейкхолдеров) в обсуждении проблем социально-экономического развития региона и выработке проектных решений по их разрешению в ходе реализации национальных проектов.

**Методология и методы (Methodology and Methods).** Исследование проводится в рамках академического проекта при грантовой поддержке Российского научного фонда<sup>1</sup>, реализуемого Центром социологии управления и социальных технологий ИС РАН под руководством А. В. Тихонова. В центре внимания проекта находится «необходимость исследовать проблему выполнения «прорывных» проектов на практике, исходя не только из состояния экономики, но и из отношения различных социальных групп населения к действиям властей различных уровней и потенциала участия в них» (Информационно-аналитический бюллетень ... , 2019: 9). С точки зрения объектов и методов анализа проект носит ком-

плексный характер, объединяя, наряду с методом массового опроса, целый набор методов: экспертная оценка специалистов, дистанционный анализ отраслевых и региональных сайтов, контент-анализ<sup>2</sup> материалов медиа и контента социальных сетей. Целью нашей части исследования является выявление информации о состоянии социально-значимых проблем в регионах с точки зрения различных субъектов – средств массовой информации, населения и экспертного сообщества. Научно-методическая задача исследования может быть определена как разработка и апробация методики и инструментов компаративного измерения социальных процессов группообразования в контексте реализации национальных проектов путем интеграции инструментов сбора разных типов данных с выходом на разработку критериев согласованности повесток различных субъектов анализа (в нашем случае – СМИ, граждане и экспертное сообщество). В практической плоскости перед нами стояла задача получения информации об взаимодополняющих оценках ситуации реализации нацпроектов в регионах с выявлением ключевых противоречий восприятия текущей обстановки различными акторами и посредниками системы управления.

Общей методологической рамкой нашего исследования является стратегия смешивания методов (Полухина, Просьянюк, 2015), главной идеей которой является «возможность (а, зачастую, и необходимость) интеграции количественных и качественных методов анализа данных. На наш взгляд, стратегия смешивания методов имеет повышенную актуальность и широкие перспективы использования именно в анализе неструктурированной информации (в нашем случае – публикации СМИ), поскольку, с одной стороны, анализ больших

<sup>1</sup> Работа выполнена при финансовой поддержке Российского научного фонда (Исследовательский проект № 19-18-00345) «Академический проект: управляемость процессов социального группообразования в регионах с разным уровнем социокультурной модернизации и поддержка населением стратегии развития РФ до 2024 года».

<sup>2</sup> В текущем контексте термин «контент-анализ» обобщает целый спектр методов анализа текста, включая такие направления как тематический анализ, сентимент-анализ и пр.



массивов данных неизбежно требует использования формализованных, автоматизированных методов, с другой стороны – текст, как результат деятельности человеческой мысли и носитель неявных смыслов, требует экспертного анализа и интерпретации с помощью качественных методик» (Информационно-аналитический бюллетень ... , 2019: 63).

Формализованный подход представлен контент-анализом (Krippendorff, 2004), тематическим моделированием (Blei, Ng, Jordan, 2003), сентимент-анализом (Bing, 2012), анализом контекста ключевых слов (Manning, Schütze, 1999), неформализованный — качественным тематическим анализом (Guest, MacQueen, Namey, 2012). Принципиальной особенностью исследования является разработка инструмента сбора данных (кодировочной матрицы) с опорой на вопросы анкет массового и экспертного опросов.

Отметим, что анализ текстов СМИ принципиально отличен от анализа других форматов социологических данных, в частности, опросов и интервью. «Ввиду отсутствия воздействия на объект исследования, ведь исследователи лишь собирают и изучают уже созданную информацию, у социолога появляется возможность анализа данных в их первоначальном состоянии, без индивидуальной интерпретации респондента и эффекта интервьюирования» (Россия..., 2017: 237). С другой стороны, указанное преимущество оборачивается ограничением – зачастую информация не содержит априорно заданных теоретических категорий, и исследователь вынужден корректировать задачи и инструменты уже на этапе сбора и анализа данных, «настраивая» их на имеющееся содержание.

Методологически и, в известном смысле, содержательно, настоящее исследование является логическим продолжением работ, реализованных в рамках проекта «Гражданская экспертиза проблемы реформирования властно-управленческой верти-

кали в контексте процессов социокультурной модернизации регионов: от мониторинга состояний до прогнозного проектирования» (см., например, Россия..., 2017).

В 2019 году исследование проводилось в 4-х пилотных регионах (далее – субъект, регион), отобранных по версии рейтинга социокультурной модернизации регионов Н. И. Лапина (Атлас модернизации России ..., 2016): Московская область (уровень социокультурной модернизации – 6), Республика Башкортостан (3), Белгородская область (2), Республика Калмыкия (1). В рамках исследования мы рассматриваем как печатные, так и онлайн СМИ. В соответствии с критериями отбора печатное издание должно быть общей, а не специализированной направленности, соответственно, предполагается, что его аудитория достаточно широкая и неспецифичная. Полные тексты публикаций должны были содержаться на ресурсе Factiva<sup>1</sup> или на сайте издания. Наконец, при выборе СМИ учитывался тираж издания (из доступных в архивах изданий выбирались те, тираж которых больше). Выбор онлайн источника основывался на рейтинге региональных СМИ Медиалогии<sup>2</sup>.

Результаты апробации методики компаративного измерения проиллюстрированы на материалах СМИ Белгородской области; в разделе, посвященном представленности национальных проектов, дополнительно приведены результаты по Республикам Башкортостан (издание – «Республика Башкортостан») и Калмыкия («Элистинская Панорама»). К настоящему моменту также сформирован и первично проанализирован расширенный сплошной пул публикаций по изданиям ИА «Башинформ» (800 статей), РИА «Калмыкия» (3031 статья), «Серпуховские вести» (34 выпуска), РИАМО. В настоящее время работа ведется в рамках более

<sup>1</sup> Factiva – информационно-аналитическая служба, подразделение агентства финансовой информации DowJones&Company.

<sup>2</sup> URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/>

глубокого количественно-качественного анализа материалов, указанных СМИ.

СМИ Белгородской области представлены материалами изданий «Белгородская правда»<sup>1</sup> и БелПресса<sup>2</sup> в период январь-сентябрь 2019 года. В качестве единицы анализа рассматривалась аналитическая статья, объем выборки составил 121 единицу. Для контекстного анализа концепта «национальный проект» выборка была расширена до сплошной (4013 публикаций). Для регионов Республика Башкортостан и Республика Калмыкия объем сплошной выборки составил 805 и 1501 публикация соответственно.

**Научные результаты и дискуссия (Research Results and Discussion).** Рассматривая влияние института медиа в контексте модернизации экономики и общества отметим, что «реализация научно-промышленного и технологического потенциалов не может быть обеспечена без соответствующего развития и обсуждения в средствах массовой информации» (Атлас модернизации России ..., 2016). Одним из активно разработанных и доказавших свою практическую эффективность направлений исследований медиа является теория «установления повестки дня» («agenda-setting») (Mccombs, Shaw, 1972), получившая развитие в изучении широкого спектра вопросов воздействия (Boot, 1985; Dearing, Rogers 1996; Kingdon, 1984; Kinder, Sanders, 1996; Cohen, Weimann, 2000; Walker, 1977; Shoemaker, Reese, 1996). Основная идея теории состоит в том, что СМИ являются основой восприятия событий обществом – обращаясь к определенным событиям, медиа конструируют «повестку дня», вследствие чего данные события начинают восприниматься аудиторией в качестве наиболее важных. На заре исследований СМИ данный феномен изучали У. Липпман (Lippmann, 1922), П. Лазарсфельд, Б. Берельсон и Г. Годэ (Lazarsfeld, Berelson, Gaudet, 1948) и другие.

<sup>1</sup> <http://belpravda.ru/>

<sup>2</sup> [Belpressa.ru](http://Belpressa.ru)

В конце девяностых и в первой половине «нулевых» годов с работами Е. Г. Дьяковой и А. Д. Трахтенберга эта теория прочно вошла в российский научный дискурс (Дьякова, Трахтенберг, 2001). Современные российские исследователи, в частности, С. С. Лушанкин классифицируют повестки на общественную, политическую и медиаповестку (Лушанкин, 2017). Д. И. Каминченко сравнивает информационные повестки дня СМИ и современных социальных медиа, приходя к выводу, что «по ключевым, наиболее часто встречающимся тематикам новостных сообщений общественная и медийная повестки дня во многом совпадают» (Каминченко, 2019). А. И. Черных считает, что «из всех источников формирования личной повестки дня индивида пресса является наиболее важной» (Черных, 2008: 410).

По итогам мониторинга информации, касающейся национальных проектов России в русскоязычной медиасфере Т. Л. Каминская и А. И. Чаусов заключают, что «все масштабные медиапроекты, созданные под эгидой власти, отличаются, как правило, односторонней коммуникацией и отсутствием прямого вовлечения пользователей в обсуждение и соучастие в создании контента, а приближенность контента нацпроектов к реальным запросам населения на местах крайне мала» (Каминская, Чаусов, 2020).

Перейдем к результатам нашего анализа. Мы сформулировали следующие рабочие гипотезы:

1. Средства массовой информации являются одной из ключевых детерминант оценки населением и экспертами значимости социально-экономических проблем региона. На практике это означает совпадение проблемных повесток указанных субъектов.

2. Определяющим субъектом обсуждения проблем социально-экономического развития регионов и хода реализации национальных проектов являются региональные органы власти. При этом мнение населения транслируется опосредованно, в интерпре-

тации представителей властей, роль граждан редуцируется до пассивных получателей результатов предоставления услуг.

3. В региональных СМИ формируется положительный фон хода реализации и результатов национальных проектов. В то же время, информация о национальных проектах ограничивается официальными количественными показателями, отсутствуют примеры конкретных улучшений качества жизни населения и социальных эффектов от реализации проектов, не уделяется внимания барьерам реализации нацпроектов.

Согласно результатам анализа, почти четверть всех аналитических статей Белгородских медиа в январе-сентябре 2019 года была посвящена проблемам жилищно-коммунального хозяйства, главные из которых - обращение с твердыми коммунальными отходами и качество питьевой воды. В частности, публикации обсуждают особенности «мусорной» реформы, новую систему обращения с отходами, а также бытовые неудобства местных жителей, связанные с утилизацией бытового мусора. Второй блок статей описывает трудности, вызванные износом сетей водоснабжения и водоотведения, отсутствием или неприемлемым качеством питьевой воды в поселках, ростом тарифов на услуги водоснабжения и водоотведения (рис. 1).

На втором месте в соответствии с объемом «внимания» СМИ находятся вопросы охраны природной среды – их обсуждала каждая десятая публикация. Любопытно, что здесь также, но уже в контексте распространения экологичного образа жизни, обсуждаются проблемы обращения с мусором и загрязнения местных вод. Первое – это практика обращения с отходами, отдельный сбор мусора, организация контейнерных площадок, второе – в основном, превышение допустимых показателей вредных веществ в местных водоемах. Также обсуждались меры борьбы с массовой гибелью

пчел, экологические инициативы лесного управления в регионе.

Немного реже (9,4%) в публикациях обсуждались вопросы региональной и местной системы здравоохранения. Среди главных акцентов – особенности оказания помощи онкологическим больным, реформирование системы здравоохранения, в частности, объединение детских поликлиник, централизация службы скорой помощи, механизмы поддержки студентов медицинских вузов.

Проблемы жилищных условий населения поднимаются в 7,4% статей, главный фокус внимания в них – необходимость капитального ремонта и расселения аварийного жилья. По 7 статей (5,8%) описывают особенности работы органов правопорядка в регионе и состояние дорог региона. Еще реже – 6 статей (5% публикаций) информируют об организации и содержании общего образования в регионе.

В группу редко обсуждаемых проблем попали вопросы поддержки малого, среднего бизнеса и работы общественного транспорта (по 4 публикации, 3,3%), своевременная выплата заработной платы, пенсий, пособий, работа учреждений культуры, профессиональное и дополнительное образование, качество государственных услуг населению («одно окно» и т.п.), доступность электронной информации о работе органов власти, выполнение планов по стратегии развития города (поселения) до 2024 г., решение проблем демографии, материальной поддержки семей, поддержка новых разработок в отечественной науке и технике (по 3 публикации, 2,5%), состояние торговли, качество прод- и промтоваров, охрана памятников культуры, истории (по 2 публикации, 1,7%), а также возможность найти работу, загруженность местных предприятий, организация массового отдыха населения, отношение к людям различных, в т.ч. оппозиционных взглядов (по 1 публикации, 0,8%).



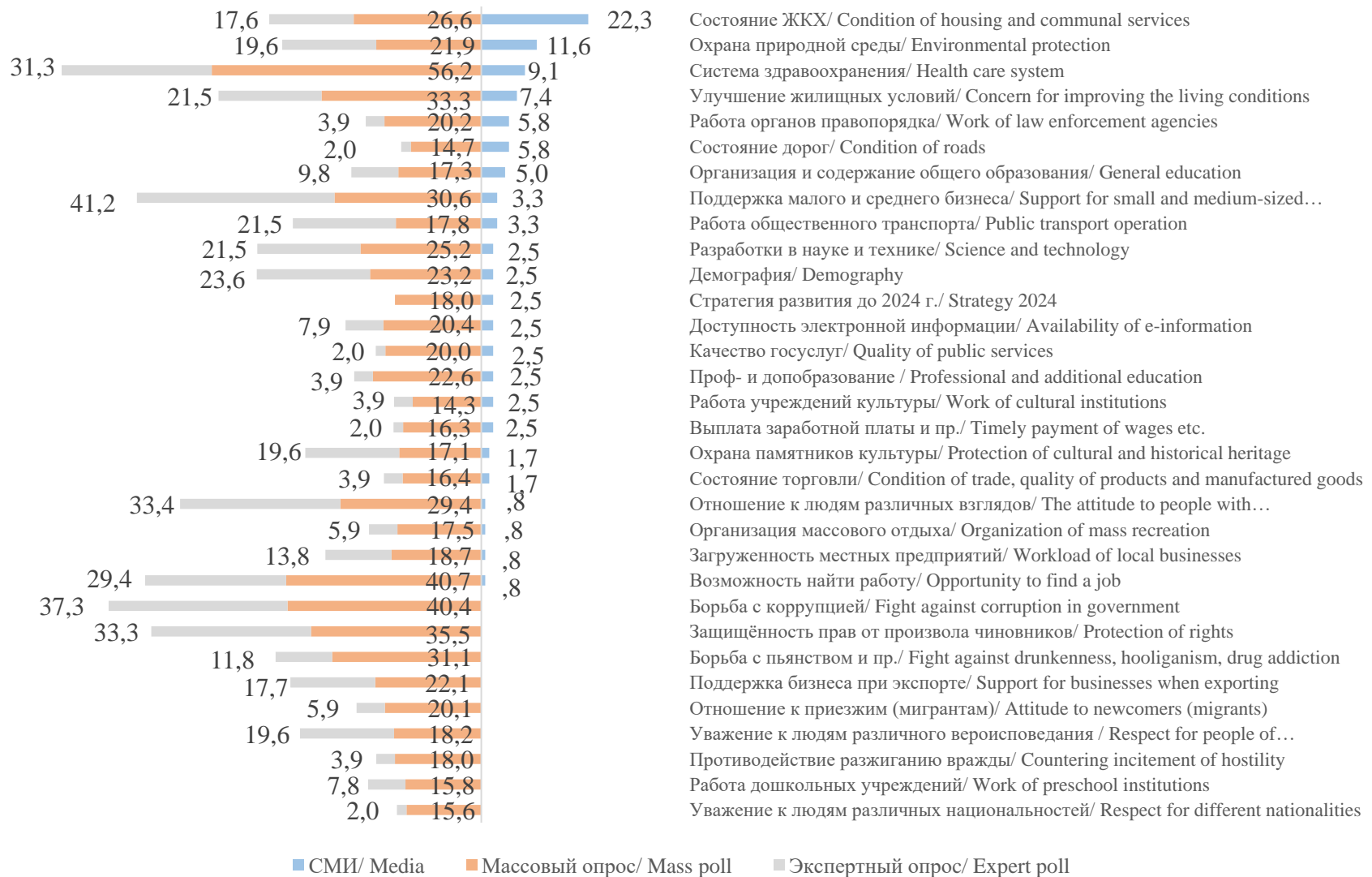


Рис. 1. Повестки дня по версии СМИ, населения и экспертного сообщества, %

Fig. 1. Agendas represented by media, citizens and experts, %

Отдельно отметим блок проблем, не затронутых вниманием белгородских СМИ в первом полугодии 2019 года. В него входят борьба с коррупционными практиками и произволом чиновников, состояние дел в сфере важнейших дисфункций социального поведения населения региона (пьянство, хулиганство и пр.), меры поддержки бизнеса при выходе на внешние рынки, работа дошкольных учреждений, а также спектр вопросов толерантности.

Даже на первый взгляд заметно, что оценки актуальности социально-экономических проблем региона разными субъектами (СМИ, население<sup>1</sup> и эксперты) рассогласованы. Для формализации и оценки различий был рассчитан коэффициент ранговой корреляции Спирмена и индекс «недооцененности» социально-экономических проблем региона.

Значения коэффициентов ранговой корреляции Спирмена<sup>2</sup> свидетельствуют об отсутствии связи между оценками значимости проблем социально-экономического развития региона СМИ и населением, экспертным сообществом. Этот результат позволяет сделать предварительное заключение о полной «нечувствительности» повестки СМИ Белгородской области к реальным проблемам жизни в регионе. Верна и альтернативная интерпретация: СМИ не являются базисом для оценки населением актуальности текущих проблем. Согласно обще-

принятой типологии базовых задач медиа в обществе, их важными функциями являются «информирование о событиях и процессах в обществе и мире, а также объяснение, интерпретация и комментирование их смысла и возможных последствий» (McQual, 2000: 80-81). Еще Г. Лассуэлл писал о необходимости актуальности предоставляемой информации, ее соответствии потребностям, интересам, жизненным проблемам аудитории в данный момент (Lasswell, 1960). Результаты первичного описания и сопоставления значимости вопросов социально-экономического развития региона сигнализируют о том, что печатные и онлайн издания в данный момент не выполняют свои ключевые функции.

Для оценки степени рассогласованности мнений и выделения проблем, по которым различия особенно значимы, мы сконструировали индекс «недооцененности» проблем. Смысл показателя состоит в том, чтобы выяснить, по каким вопросам взгляды СМИ и других субъектов категорически не совпадают, а по каким, напротив, наиболее близки. Оговоримся, что задачей нашего исследования не является сравнение позиций населения и экспертного сообщества, поэтому рассматривалась их обобщенная (усредненная) позиция<sup>3</sup>. Также важно понимать, что при оперировании понятиями «значимости», «актуальности» социально-экономических проблем методически наиболее оправдано использование рангов, а не абсолютных величин. Таким образом, вышеупомянутый индекс представляет собой разность среднего ранга проблемы по мнению населения и экспертов, и согласно ранга этой же проблемы, присвоенного ей СМИ. Подчеркнем, что для задач анализа интересно не абсолютное значение индекса, а их соотношение. Данный подход позволил

<sup>1</sup> Опрос населения проведен в рамках «Проекта РНФ № 19-18-00345 «Академический проект: управляемость процессов социального группообразования в регионах с разным уровнем социокультурной модернизации и поддержка населением стратегии развития РФ до 2024 года» (рук. – д-р социол. наук, проф. А. В. Тихонов)», период проведения – 15 июля по 15 сентября 2019 года, объем выборки – 500 респондентов.

<sup>2</sup> Значение коэффициента ранговой корреляции Спирмена между рангами, присвоенными проблемам по результатам анализа СМИ и массового опроса – 0,062, СМИ и экспертного опроса – 0,035.

<sup>3</sup> Добавим, что оценки населения и экспертов тесно связаны – коэффициент ранговой корреляции Спирмена равен – 0,727.

классифицировать проблемы по трем группам:

1. Недооцененные СМИ проблемы. Для них индекс принимает минимальные отрицательные значения – это означает, что исключительно актуальные для населения и экспертов вопросы не попали/редко попадали в поле зрения СМИ, а, следовательно, оценивались как незначимые.

2. Условно адекватно оцененные СМИ проблемы. Значение индекса изменяется около 0, а, значит, оценки актуальности проблем разными субъектами сопоставимы/совпадают.

3. Переоцененные СМИ проблемы. Значения индекса принимают максимальные положительные величины, что означает, что менее важные для населения и экспертов вопросы получили максимальное освещение в СМИ.

Что мы наблюдаем в результате? Во-первых, практически все проблемы, которых не коснулось внимание медиа, важны и даже исключительно важны для населения и экспертов (так, для «борьбы с коррупцией в органах власти и управления» и «защищённости прав и свобод от произвола чиновников» средние ранги по оценке населения и экспертов равны 2,5 и 4, в то время как для СМИ эти проблемы даже не входят в повестку дня) (табл. 1). А тем временем, по результатам опросов, каждый второй житель и половина экспертов не удовлетворены решением проблемы коррупции в регионе. Наиболее критичными недостатками системы управления граждане считают кронизм, практику использования ресурсов региона в групповых и личных интересах, несоответствие действий руководителей их публичным выступлениям, эксперты добавляют ориентацию властей не на проблемы «прорывного» развития региона, а на отчётность и имитацию активности.

То же касается борьбы с социальными «болезнями» и поддержки отечественного бизнеса при экспорте на внешние рынки –

ни одной статьи за исследуемый период, несмотря на высокую актуальность, по мнению других субъектов. Вопросы возможности поиска работы в регионе и отношения к людям различных, в т.ч. оппозиционных взглядов поднимались в повестке СМИ единожды, однако этого абсолютно недостаточно, ведь жители и эксперты сильно озабочены состоянием дел в данных сферах (4 и 5,5 ранги соответственно).

Во-вторых, несмотря на полную рассогласованность мнений субъектов, блок «условно» адекватно оцененных проблем значителен. Мы предлагаем дополнение «условно» для того, чтобы подчеркнуть, что некоторые позиции отвечают, скорее, формальным критериям, нежели реальному положению дел. Например, для проблемы «Поддержка малого и среднего бизнеса» усредненный ранг населения и экспертов равен 4, СМИ – 8, повестка содержит несколько статей по теме. Однако, с другой стороны, 4 публикации за полгода по вопросу, актуальность которого эксперты ставят на первое место – явно недостаточно. Какие же проблемы, поднимаемые СМИ, действительно волнуют население? Единственной темой, актуальность которой высока и совпадает для всех субъектов (3 место по оценке всех субъектов, причем 1 – для населения) – это работа системы здравоохранения. Далее, из обсуждаемых СМИ, высокую актуальность имеет забота об улучшении жилищных условий населения. Также примерно совпадают оценки важности решения проблем демографии, материальной поддержки семей, а также поддержки новых разработок в отечественной науке и технике. Отметим, что адекватная оценка означает не только уделение большой доли внимания важным вопросам, но и уделение малой доли внимания/не уделение совсем неважным. К таким относятся охрана памятников культуры, истории, организация массового отдыха населения, загруженность местных предприятий, работа дошкольных учреждений, а также различные вопросы толерантности.

Таблица 1

Группы проблем социально-экономического развития Белгородской области

Table 1

Categories of problems of socio-economic development of the Belgorod region

Группа/ Group	Проблема/ Problem	СМИ / Media, %	Массовый опрос / Mass poll, %	Экспертный опрос / Ex- pert poll, %	Ранг_ СМИ / Rank by media	Ранг_мас совый опрос / Rank by mass poll	Ранг_экспер тный опрос / Rank by ex- pert poll	Индекс / Index
Недооцененные/ Underestimated	Борьба с коррупцией в органах власти и управления / Fight against corruption in government	0,0	40,4	37,3	24	3	2	-21,5
	Защищённость прав и свобод от произвола чиновников / Protection of rights from arbitrariness of officials	0,0	35,5	33,3	24	4	4	-20
	Возможность найти работу / Opportunity to find a job	0,8	40,7	29,4	20	2	6	-16
	Отношение к людям различных, в т.ч, оппозиционных взглядов / The attitude to people with oppositional views	0,8	29,4	33,4	20	8	3	-14,5
	Борьба с пьянством, хулиганством, наркомагией / Fight against drunkenness, hooliganism, drug addiction	0,0	31,1	11,8	24	6	18	-12
	Поддержка отечественного бизнеса при экспорте на внешние рынки / Support for domestic businesses when exporting to foreign markets	0,0	22,1	17,7	24	13	14	-10,5
Условно адекватно оцененные/ Adequately estimat- ed	Уважение к людям различного вероисповедания / Respect for people of different faiths	0,0	18,2	19,6	24	20	12	-8
	Отношение к приезжим (мигрантам) / Attitude to newcomers (migrants)	0,0	20,1	5,9	24	17	22	-4,5
	Поддержка малого и среднего бизнеса / Support for small and medium-sized businesses	3,3	30,6	41,2	8	7	1	-4
	Загруженность местных предприятий /	0,8	18,7	13,8	20	19	17	-2

Группа/ Group	Проблема/ Problem	СМИ / Media, %	Массовый опрос / Mass poll, %	Экспертный опрос / Ex- pert poll, %	Ранг_ СМИ / Rank by media	Ранг_ мас совый опрос / Rank by mass poll	Ранг_ экспер тный опрос / Rank by ex- pert poll	Индекс / Index
	Workload of local businesses							
	Противодействие разжиганию вражды между гражданами / Countering incitement of hostility between citizens	0,0	18	3,9	24	21	24	-1,5
	Решение проблем демографии, материальной поддержкой семей / Solving problems of demography, financial support for families	2,5	23,2	23,6	10	11	7	-1
	Поддержка новых разработок в отечественной науке и технике / Support for new developments in Russian science and technology	2,5	25,2	21,5	10	10	8	-1
	Система здравоохранения, работа больниц, поликлиник / Health care system, hospitals, clinics	9,1	56,2	31,3	3	1	5	0
	Охрана памятников культуры, истории / Protection of cultural and historical heritage	1,7	17,1	19,6	18	26	12	1
	Работа дошкольных учреждений / Work of preschool institutions	0,0	15,8	7,8	24	29	21	1
	Организация массового отдыха населения / Organization of mass recreation	0,8	17,5	5,9	20	24	22	3
	Забота об улучшении жилищных условий населения / Concern for improving the living conditions of the population	7,4	33,3	21,5	4	5	10	3,5
	Уважение к людям различных национальностей / Respect for people of different nationalities	0,0	15,6	2	24	30	29	5,5
Переоцененные/ Overestimated	Работа общественного транспорта / Public transport operation	3,3	17,8	21,5	8	23	8	7,5
	Доступность электронной информации о работе органов власти / Availability of e-information about the work of authorities	2,5	20,4	7,9	10	15	20	7,5



Группа/ Group	Проблема/ Problem	СМИ / Media, %	Массовый опрос / Mass poll, %	Экспертный опрос / Ex- pert poll, %	Ранг_ СМИ / Rank by media	Ранг_мас совый опрос / Rank by mass poll	Ранг_экспер тный опрос / Rank by ex- pert poll	Индекс / Index
	Состояние торговли, качество прод- и пром-товаров / Condition of trade, quality of products and manufactured goods	1,7	16,4	3,9	18	27	24	7,5
	Профессиональное и дополнительное образование / Professional and additional education	2,5	22,6	3,9	10	12	24	8
	Выполнение планов по стратегии развития города (поселения) до 2024 г. / Implementation of plans for the city (settlement) development strategy until 2024	2,5	18	15,7	10	21	16	8,5
	Охрана природной среды / Environmental protection	11,6	21,9	19,6	2	14	11	10,5
	Состояние жилищно-коммунального хозяйства / Condition of housing and communal services	22,3	26,6	17,6	1	9	15	11
	Качество государственных услуг населению ("одно окно" и т.п.) / Quality of public services to the population ("one window", etc.)	2,5	20	2	10	18	29	13,5
	Работа органов правопорядка / Work of law enforcement agencies	5,8	20,2	3,9	5	16	24	15
	Организация и содержание общего образования / Organization and content of General education	5,0	17,3	9,8	7	25	19	15
	Работа учреждений культуры/ Work of cultural institutions	2,5	14,3	3,9	10	32	24	18
	Своевременная выплата заработной платы, пенсий, пособий / Timely payment of wages, pensions, and benefits	2,5	16,3	2	10	28	29	18,5
	Состояние дорог / Condition of roads	5,8	14,7	2	5	31	29	25

Перейдем к группе «переоцененных» проблем. Как видно, в нее входит большинство тех вопросов, которым СМИ придает наибольшую значимость и обсуждает чаще всего. Как оказывается, проблемы состояния жилищно-коммунального хозяйства региона и охраны природной среды стоят для населения и экспертов далеко не на приоритетных местах.

Какие выводы следуют из полученных результатов? Отчетливо видно, что повестка актуальности социально-экономических проблем, конструируемая СМИ, абсолютно не согласуется с интересами и «болями» населения и, вероятно, обусловлена интересами других субъектов – региональных и местных властей, крупных организаций и пр. Значимость некоторых проблем (обращение с твердыми бытовыми отходами, качество воды) преувеличивается, в то время как важность других – например, борьба с коррупцией – умалчивается или полностью замалчивается.

Очевидные потенциальные последствия, обусловленные невыполнением ключевых функций, о которых говорилось выше, состоят в снижении информированности аудитории, тормозящем исполнении нацпроектов, уменьшении шансов вовлечения граждан в их реализацию, возможном росте тревожности и активизации протестных настроений. Также сложившийся дисбаланс оценок актуальности социально-экономических проблем региона влечет дискредитацию института СМИ, а также региональных и местных властей, снижает уровень доверия к официальным источникам информации.

В контексте полученных результатов не столь удивительными и вполне объяснимыми выглядят данные исследований последних лет, фиксирующие возрастающий уровень недоверия российского населения к средствам массовой информации. На глобальном рынке Россия является государством с «самым низким уровнем доверия к средствам массовой информации,

только 28% опрошенных россиян доверяют медиа»<sup>1</sup>.

По данным ФОМ, «в объективности российских СМИ при освещении ситуации в стране уверены 34% участников опроса, в необъективности – 52%. В начале 2018 года это соотношение было 45% к 41%»<sup>2</sup>. С позиций партиципаторного подхода к коммуникациям – не является ли зафиксированный дисбаланс свидетельством пренебрежения основами демократического видения свободы прессы (см., например, Nordenstreng, 2000)? Разве не в артикуляции проблем населения через массовые каналы, в формировании самими гражданами повестки дня состоит особая роль медиа, значимая, в том числе, для формирования вертикальных и горизонтальных связей?

*Субъекты.* Мы уже упоминали важность вычленения и изучения характеристик субъектности для понимания векторов трансформации социальных процессов в регионах. А. А. Мерзляков отмечает, что «действие социальных субъектов становится сегодня одной из основных единиц социологического анализа. В социологии управления феномен субъектности рассматривается в контексте взаимодействия органов власти и населения: какие социальные группы, общности влияют (или способны повлиять) на процессы выработки и реализации управленческих решений, особенности группообразования данных групп, установки на взаимодействие и модели поведения» (Мерзляков, 2018: 82). Для задач прикладного анализа материалов СМИ мы операционализируем концепт «субъектность» как конкретные группы или институты, которые транслируют в

<sup>1</sup> Барометр доверия Edelman 2020. URL: <https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2020-01/2020%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Global%20Report.pdf>

<sup>2</sup> Опрос «ФОМнибус», дата проведения – август 2019 г. URL: <https://fom.ru/SMI-internet/14256?fbclid=IwAR33Y859wIzLvq3bNWZbSZAoSABqve26sPaLe1EYqpqhFsJUicithwZcNM>

медиа информацию о проблеме. При этом понятно, что субъект в данном виде обуславливает многие аспекты передачи ин-

формации, такие как, фактологическое подкрепление, контекст, перспективы развития ситуации и пр.

Субъекты постановки проблем, %

Таблица 2

Table 2

Subjects transmitting information of problems, %

Субъект / Subject	Доля публикаций / Percentage of publications
Региональные органы власти / Regional authorities	63,6
Определенная группа населения / Group of population	50,4
Крупные компании, корпорации / Corporations	37,2
Местные органы власти / Local authorities	28,9
Население в целом / Population	27,3
Научные и образовательные учреждения / Scientific and educational institutions	14,9
Федеральные органы власти / Federal authorities	12,4
Общественные организации / Public organizations	9,1
Журналисты / Journalists	5,0
Активисты социальных сетей (блогеры) / Bloggers	5,0
Малый и средний бизнес / Small and medium-sized businesses	5,0
Политические партии / Political parties	0,8

Результаты анализа показывают, что чаще всего (в 63,6% публикаций) субъектом, транслирующим информацию о проблеме, являются органы региональной власти (Табл. 3). Доля статей, где артикулирующим субъектом становится региональная или местная власть возрастает до 77,7%. Публикаций, где в контексте обсуждения проблемы фигурирует население/конкретная социальная группа – 71%. Причем в подавляющем большинстве материалов упоминаются оба субъекта – и власть, и граждане. Публикаций, где бы не упоминался хотя бы один из уровней исполнительной власти – всего 15% (против 29% в отношении населения). Примерно в 40% публикаций о трудностях упоминает крупный бизнес региона.

На первый, формальный, взгляд, государство и население имеют практически равную представленность в информационной повестке СМИ. И те, и другие заявляют об актуальных проблемах, способах их решения, предпринимаемых мерах. Однако при более глубоком анализе содержания публикаций становится очевидно, что субъекты имеют принципиальное отличие с точки зрения позиций в тексте. Представители органов исполнительной власти (чаще – региональной, реже – местной или федеральной), как правило, выражают позицию напрямую («прокомментировал», «заявил», «отчитался», «объяснил», «ответил») – через комментарии официальных представителей, заявления, отчетность и пр. В поддержку точки зрения приводится прямая речь, статистика, ссылки на офици-

альные источники. Упоминание населения, в большинстве случаев, происходит по иному паттерну – в виде общих формулировок (как от лица журналистов, так и представителей власти) об обеспокоенности граждан, ссылок, косвенных упоминаний – без отсылок к источникам, подкрепления истинности и актуальности заявленных проблем. Другими словами, если субъект «власть» можно охарактеризовать как «прямой», имеющий возможность артикулировать собственную позицию «от первого лица», то субъект «население» зачастую представлен в текстах «косвенно», его позиция транслируется не напрямую, сквозь «призму» взгляда власти.

Смеем предположить, что одной из задач подобной тактики является легитимизация принимаемых решений, создание иллюзии обоснованности управленческих инициатив, демонстрация осведомленности представителей управленческой вертикали об актуальных проблемах социально-экономического развития региона и заинтересованности в их решении.

*Благополучатели.* Ключевым элементом любого проекта, будь то решение локальной проблемы или национальный проект, является благополучатель – непосредственный потребитель конечных результатов. Официальное целеполагание сфокусировано на осуществлении прорывного научно-технологического и социально-экономического развития Российской Федерации, увеличении численности населения страны, повышении уровня жизни граждан, создании комфортных условий для их проживания, а также условий и возможностей для самореализации и раскрытия таланта каждого человека.

Результаты анализа текстов публикаций белгородской прессы на предмет того, какая группа или институт заявлена главным выгодоприобретателем от реализации национальных проектов, и, шире – решения актуальных проблем социально-экономического развития региона, показывают, что в подавляющем большинстве случаев (76% публикаций), по мнению ме-

диа, наибольший выигрыш получает население (или отдельная группа – жители района, профессиональное сообщество и пр.). Такое видение в целом соответствует вектору рассмотрения и позиционирования национальных проектов субъектами управления.

Однако при сопоставлении полученных параметров с данными опросов вновь наблюдается значительный дисбаланс. Чаще всего среди ответов граждан на вопрос о благополучателях национальных проектов встречался вариант «трудно сказать» (27,4%), что подтверждает тезис о низком уровне информированности и непонимании гражданами сущности и целей проектов. Второй по популярности ответ – органы власти (26,4%) – является тревожным симптомом и отвечает общей тенденции роста пессимистичных настроений и снижения уровня доверия населения к власти. Только один из десяти опрошенных (11,7%) полагает, что главным благополучателем от реализации национальных проектов в регионе станет население. Группа опрошенных экспертов, разумеется, является более осведомленной и склонной к рефлексии относительно социально-экономического состояния региона, поэтому ответ на данный вопрос не вызвал у них затруднений. В выборе главного благополучателя они солидаризировались с населением – на органы власти указали 64,7 % респондентов. Разрыв с «населением» в качестве благополучателя не столь велик – 56,9% экспертов полагают, что граждане выиграют от реализации национальных проектов.

Выявленный дисбаланс оценок свидетельствует о существенном разрыве в ожиданиях от реализации национальных проектов между «образом», формируемым информационным пространством СМИ и гражданами. Ключевая причина выявленного разрыва – высокий уровень недоверия граждан власти и инструментам реализации национальной политики.

*Потенциал участия населения в реализации национальных проектов.* Результа-

ты проведенного анализа материалов СМИ не зафиксировали свидетельств участия населения Белгородской области в реализации национальных проектов. Между тем, две трети опрошенных жителей региона полагают, что существуют эффективные способы вовлечения граждан, главный из них – информирование о результатах. Более того, каждый третий опрошенный настроен активно и, в случае если реализация национальных проектов превратилась бы в формальность, нашел бы способы вмешаться в ситуацию. Мнения экспертов созвучны – опрошенные считают, что население необходимо включать в процессы реализации проектов, и наиболее эффективные методы для этого – информирование и обсуждение результатов, в том числе со стейкхолдерами.

*Тональность.* Индекс лояльности<sup>1</sup> для корпуса публикаций принимает значение 1,14, на 40 положительных публикаций приходится 35 отрицательных. Вместе с тем, сопоставимый массив информации (46 публикаций, 38% от общего корпуса публикаций) носит нейтральный или амбивалентный характер. Такие статьи либо не выражают явно точку зрения, либо же содержат и аргументы «за», и аргументы «против». Важно отметить, что для каждой из наиболее часто встречаемых в повестке проблем присутствуют все «оттенки» тональности.

Сбалансированность негативных и позитивных публикаций в повестке издания, сопоставимое с ними количество нейтральных/амбивалентных публикаций, свидетельствует о медиационном (*mediana* – лат. середина; *media* – лат. среда; *mediation* – англ. поиск середины, медиация) способе постановки и обсуждения вопросов (Давыдов, 2017). В контексте исследования медиа мы можем трактовать данное свойство как намеренное дистанцирование от полюсов, категорических точек зрения. В этом

смысле изученная повестка СМИ является каналом выражения как полярных, так и амбивалентных позиций, регулятором отношений между субъектами.

*Степень решения проблем.* Чаще всего (63% публикаций) в первом полугодии 2019 годы белгородские медиа сообщали о проблемах, которые находятся в процессе решения. Каждая третья статья (31,4%) поднимала вопрос, работа над которым пока не начата. Явные приоритет в них – состояние жилищного фонда и жилищно-коммунального хозяйства региона. В этом смысле можно говорить о выполнении медиа сигнальной функции в рамках выбранных приоритетов повестки дня.

Иногда в составе публикаций появляются сообщения об успешно решенных проблемах. В изученном корпусе их было всего пять – в основном, на предмет транспорта и соответствующей инфраструктуры.

Указанную особенность также можно отнести к недостаткам коммуникационной политики – необходимо информирование и о том, что сделано (успешно), а не только о том, что делается.

*Национальные проекты.* Для решения задачи рассмотрения работы СМИ в системе «органы власти-гражданское общество» с позиций выполнения программ по майскому Указу важно зафиксировать частоту упоминания Указа и национальных проектов/направлений в текстах публикаций. Индикатор квантифицирует объем внимания медиа, уделенный информированию граждан о реализации государственных инициатив. Для более полного понимания ситуации первостепенное значение приобретают не только количественные, но и качественные характеристики текстов – контекст, содержание, временная локализация сообщения.

Для решения поставленной задачи мы увеличили объем анализируемых сообщений до полного корпуса изданий в январе-сентябре 2019 г. (4013 публикаций). В указанные период национальные проекты упоминались в 67 публикациях

<sup>1</sup> Индекс лояльности СМИ – отношение количества положительных публикаций к количеству отрицательных публикаций.



(1,7% статей от общего корпуса). Объем упоминаний в аналитических, проблемно-ориентированных текстах значительно ниже – всего 15 публикаций (12% от всех аналитических статей или 22% от всех упоминаний национальных проектов) (табл. 3).

Наибольшее освещение в указанный период получило направление «Человеческий капитал» (почти половина упоминаний, 45%), каждая третья публикация упоминала инициативы из блока «Комфортная

среда для жизни» (31%), реже остальных – «Экономический рост» (24%).

Среди проектов лидерами стали «Здравоохранение» и «Безопасные и качественные дороги» (по 13%) и «Демография» (12%). Вне фокуса внимания белгородских медиа в первом полугодии 2019 года осталась «Цифровая экономика», «Международная кооперация и экспорт», а также добавленный в перечень стратегических направлений в конце 2018 года «Комплексный план модернизации и расширения магистральной инфраструктуры».

Таблица 3  
Частота упоминания национальных проектов в СМИ Белгородской области

Table 3

Frequency of references to national projects in the media of the Belgorod region

Национальный проект / National project	Частота / Frequency, ед.	Доля / Percentage, %	Направление / Topic
Здравоохранение / Healthcare	9	13	Человеческий капитал / Human capital
Безопасные и качественные автомобильные дороги / Safe and high-quality roads	9	13	Комфортная среда для жизни / Comfortable living environment
Демография / Demography	8	12	Человеческий капитал / Human capital
Образование / Education	7	10	Человеческий капитал / Human capital
Экология / Ecology	7	10	Комфортная среда для жизни / Comfortable living environment
Производительность труда и поддержка занятости / Labor productivity and employment support	7	10	Экономический рост / Economic growth
Культура / Culture	6	9	Человеческий капитал / Human capital
Жилье и городская среда / Housing and urban environment	5	7	Комфортная среда для жизни / Comfortable living environment
Наука / Science	5	7	Экономический рост / Economic growth
Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы / Small and medium-sized businesses and support for individual entrepreneurship	4	6	Экономический рост / Economic growth
Всего / Total:	15	100	

С января по сентябрь 2019 года в статьях издания «Республика Башкортостан» национальные проекты и направления Указа упоминались также предельно редко – 30 случаев на 805 статей (4%), что, в принципе, можно считать незначимой величиной, сопоставимой со статистической погрешностью. Чаще всего издание обращает внимание на проекты, направленные на развитие человеческого капитала – здравоохранение и образование (по 5 упоминаний) и демография (4 упоминания).

Отметим также, что на Интернет-сайте издания выделена отдельная рубрика – «#Нацпроекты». В 2019 году в ней опубликовано всего 3 статьи: «15 важных вопросов о программе ремонта подъездов в Башкирии» (от 13 марта 2019 года), «Владимир Путин поддержал предложения Константина Толкачёва о льготной ипотеке» (от 25 апреля 2019 года) и «Вторая смена отменяется» (от 5 июля 2019 года).

«Элистинская Панорама» в период январь-сентябрь 2019 года поднимало тему реализации национальных проектов в 70 публикациях (что также предельно незначимая частота для более чем полутора тысяч статей). Чаще всего издание упоминало все проекты в целом (20 вхождений), проект «Безопасные и качественные автомобильные дороги» (16 упоминаний) и «Здравоохранение» и «Демография» (по 6 упоминаний).

Вернемся к анализу материалов СМИ Белгородской области. Как уже было упомянуто, подавляющее большинство вхождений концепта нацпроект в корпусе – это упоминания в информационных сообщениях. Такие сообщения, как правило, содержат фактическую информацию, статистические данные, лаконичное описание информационного события.

Абсолютное большинство упоминаний нацпроектов в подобных публикациях характеризуются следующими особенностями: во-первых, тексты содержат формальные параметры проектов – сроки, бюджеты, значения плановых показателей. Другими словами, это элементарно пере-

печатывание данных дорожных карт проектов. Во-вторых, практически все тексты включают «будущую» временную локацию: типичные примеры – «...по планам регионального правительства предприятия должны получить дешевые займы в рамках нацпроекта «Производительность труда и поддержка занятости»; «...в рамках нацпроекта «Наука» к концу 2021 года в стране должно работать не менее 21 центра»; «...по нацпроекту «Безопасные и качественные автомобильные дороги» в регионе отремонтируют дороги на 1,7 млрд рублей» и пр. В-третьих, ожидаемые результаты описываются в терминах затраченного бюджета достигнутых количественных показателей. Ответ на вопрос «Каким образом достижение плановых показателей изменит качество жизни граждан?» публикации средств массовой информации не содержат.

Другой особенностью подкорпуса публикаций белгородских медиа, затрагивающих нацпроекты, является включение их как, своего рода, сущностей, обсуждение и рефлексия по поводу которых не предусмотрена. Население рассматривается как объект, а не как участник национального проекта. В исследуемый период не было зафиксировано ни одного негативного упоминания нацпроекта, отсутствуют упоминания барьеров, сложностей в ходе реализации. «Материалы изданий в большинстве случаев не эксплицируют связь между государственными проектами и изменениями в повседневной жизни, элиминируя возможности выстраивания закономерностей и причинно-следственных связей, в том числе в вопросе реализации и связи с «реальной» жизнью граждан государственных инициатив и стратегических ориентиров» (Информационно-аналитический бюллетень..., 2019).

В массиве публикаций были отмечены 17 упоминаний обратной связи от граждан на предмет значимых проблем, 13 из которых касаются проблем ЖКХ (необходимость капитального ремонта, проблемы сбора и вывоза мусора, борьба с грызу-

нами). С этой точки зрения СМИ реализует функцию канала обратной связи, однако, строго в рамках установленной повестки дня, фокус которой – проблемы жилищно-коммунального хозяйства. Между тем, значительная часть опрошенных экспертов заявляет, что, по их ощущениям, население обращалось к властям региона с предложением по решению социально значимых проблем в рамках национальных проектов и их мнения были учтены (25.5%) или же обращение не получило должного отклика (21.6%). Данный результат фиксирует проявление феномена информационно-социального группообразования в проблемной плоскости – а именно, информирование о координации усилий жителей для решения бытовых проблем, связанных, в основном, с неудовлетворительными жилищными условиями.

**Заключение (Conclusions).** Результаты апробации методики компаративного измерения показали ее высокую эффективность для решения задачи оценки реальной проблемной ситуации в регионах в условиях реализации нацпроектов. В ходе исследования были успешно объединены методы сбора и анализа опросных и текстовых данных, разработан индекс «недооцененности» проблем, выделены ключевые различия в восприятии ситуации различными субъектами.

В результате анализа был зафиксирован существенный дисбаланс оценок значимости проблем социально-экономического развития Белгородской области между повесткой дня средств массовой информации, населением и экспертным сообществом, что опровергает нашу первую гипотезу. Наглядно показано, что актуальность ряда проблем намеренно преувеличивается, в то время как значимость других уменьшается или полностью игнорируется. Подобная рассогласованность усугубляет кризис доверия граждан к социальным институтам СМИ и государственной власти, ведет к снижению уровня информированности (в том числе о позитивных преобразованиях) и вовлеченно-

сти, потенциальному росту тревожности и активизации протестных настроений.

Полученные результаты позволили подтвердить гипотезу о главенствующей роли региональных властей в обсуждении проблем – при формальной представленности, мнение граждан, как правило, транслируется не напрямую, а опосредованно, в интерпретации официальных представителей власти и журналистов. Ключевым субъектом формирования проблемного дискурса в информационном поле региональных СМИ становятся региональные власти, что, очевидно, обуславливает содержание повестки дня и служит задаче легитимизации принимаемых управленческих решений.

Также исследование помогло диагностировать весьма тревожный симптом – уверенность значительного числа граждан и профессиональных экспертов в том, что деятельность властей направлена исключительно на удовлетворение собственных потребностей; эта уверенность усугубляется непониманием сущности и целей федеральной политики в сфере социально-экономического развития страны, в частности, посредством реализации национальных проектов. И это при том, что лейтмотивом повестки СМИ является посыл о том, что главным благополучателем решения проблем региона является гражданин.

В процессе анализа материалов региональных медиа зафиксировано минимальное число упоминаний участия граждан в процессах постановки и обсуждения вариантов решения текущих проблем (упоминания в основном связаны с неудовлетворительными жилищными условиями). Поэтому на данном этапе форма информационно-социального группообразования может быть охарактеризована как отчуждение граждан от процессов обсуждения и выработки проектных решений актуальных проблем.

Ключевая проблема информационного освещения национальных проектов в региональных СМИ – недостаток доступ-

ной информации об их целях и ходе (в т.ч. успехах) реализации. Национальные проекты фигурируют в повестке изданий редко, абсолютное большинство упоминаний - перепечатывание данных дорожных карт проектов, причем в будущей временной локации, ожидаемые результаты описываются в терминах затраченного бюджета и достигнутых количественных показателей, без привязки к конкретным качественным изменениям жизни в регионе. При этом даже в тех материалах, где описаны позитивные изменения и случаи решения проблем жителей, связь с государственными инициативами не эксплицируется, что элиминирует возможности выстраивания закономерностей и причинно-следственных связей, в том числе в вопросе реализации и связи с «реальной» жизнью государственных инициатив и стратегических ориентиров. Национальные проекты позиционируются как федеральная директива, включение населения в которую предусмотрена исключительно в качестве объекта, но не участника обсуждения (это при том, что каждый третий житель региона настроен активно и, в случае если бы реализация национальных проектов превратилась бы в формальность, нашел бы способ вмешаться в ситуацию). В информационной повестке не появлялись негативно окрашенные материалы о национальных проектах, отсутствуют упоминания барьеров, сложностей в ходе реализации, информация о случаях обратной связи от населения, что подтверждает третью выдвинутую нами гипотезу.

Перспективы дальнейшей исследовательской работы укладываются в два вектора. С методологической точки зрения комплексный характер исследования открывает широкие горизонты дальнейшей интеграции методов сбора и анализа информации. Используемая методика сбора и анализа публикаций СМИ с помощью инструментов, разработанных с учетом особенностей инструментария массового и экспертного опросов, позволила сравнить и обогатить результаты, зафиксировала

оценку проблем социально-экономического развития региона с позиций разных субъектов. До конца 2020 года будет финализирован анализ публикаций СМИ, представляющих Башкортостан, Калмыкию и Московскую область. С точки зрения содержания, результаты проведенной работы обнаружили значительные недостатки информационной повестки СМИ в условиях реализации национальных проектов и наметили дальнейшие направления их изучения. В 2021 году планируется провести подробный количественно-качественный анализ массива публикаций СМИ восьми регионов в соответствии с разработанной методикой с выходом на формулировку конкретных рекомендаций по повышению эффективности проведения информационного обеспечения хода реализации нацпроектов и вовлечения заинтересованных сторон (в первую очередь, населения) в обсуждение и выработку проектных решений.

#### Список литературы

Атлас модернизации России и ее регионов: социоэкономические и социокультурные тенденции и проблемы / Под ред. Н. И. Лапина. М.: «Весь Мир», 2016. 356 с.

Бедняков А. С., Мизринь Л. А. Национальные проекты России: проблемы и решения // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2019. № 4 (118). С. 20-25.

Давыдов А. П., Розин В. М. Спор о медиации: Раскол в России и медиация как стратегия его преодоления. М.: ЛЕНАНД, 2017. 288 с.

Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д. Массовая коммуникация: модели влияния. Как формируется повестка дня? Екатеринбург: Изд-во Гуманитарного ун-та, 2001.

Зозуля А. В., Зозуля П. В., Еремина Т. Н. Современные проблемы реализации приоритетных национальных проектов // Вестник Евразийской науки. 2019. № 1.

Информационно-аналитический бюллетень (ИНАБ). 2019. № 2. Отношение населения пилотных регионов Российской Федерации к работе органов власти и управления: сравнительный анализ 2015-2019 гг. 116 с.



Каминская Т. Л., Чаусов А. И. Национальные проекты и медиасфера: продвижение и восприятие // *Власть*. 2020. Т. 28, № 3.

Каминченко Д. И. Сравнительный анализ информационной повестки дня средств массовой информации и современных социальных медиа // *Медиаскоп*. 2019. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2576> (дата обращения: 12.10.2020).

Лушанкин С. С. Категория «повестка дня» в структуре политического процесса: понятие «политической повестки дня» и модели ее формирования // *Вестн. Удмуртск. ун-та. Сер.: Социология. Политология. Международные отношения*. 2017. Т. 1, № 4. С. 456-465.

Мерзляков А. А. Проблема субъектности в социологии управления // *Социологическая наука и социальная практика*. 2018. Т. 6, № 4. С. 95-104.

Полухина Е. В., Просьянюк Д. В. Методы анализа текста в смешанном дизайне исследования // *Политическая наука*. 2015. № 2. С. 104-116.

Россия: реформирование властно-управленческой вертикали в контексте проблем социокультурной модернизации регионов [монография] / [А. В. Тихонов и др.]; отв. ред. А. В. Тихонов. М.: ФНИСЦ РАН, 2017. 432 с.

Черных А. И. Социология массовых коммуникаций: учеб. пособие. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008.

Blei D., Ng A., and Jordan M. Latent Dirichlet allocation // *Journal of Machine Learning Research*. 2003. 3. P. 993-1022.

Bing L. Sentiment Analysis and Opinion Mining. Morgan & Claypool Publishers, 2012.

Boot W. Ethiopia: Feasting on famine // *Columbia Journal Review*. 1985. P. 47-48.

Cohen J., Weimann G. Cultivation revisited: Some genres have some effects on some viewers // *Communication Reports*. 2000. 13(2). P. 1-17.

Dearing J. W., Rogers E. M. Communication concepts 6: Agenda-setting. Thousand Oaks. California: Sage, 1996.

Guest G., MacQueen K., Namey E. Applied thematic analysis. Thousand Oaks. California: Sage, 2012.

Kinder D. R., Sanders, L. M. Divided by Color: Racial Politics and Democratic Ideals. Chicago: University of Chicago Press, 1996.

Kingdon J. W. Agendas, alternatives, and public policies. Boston, Little, Brown, 1984.

Krippendorff K. Content Analysis: An Introduction to Its Methodology. 2<sup>nd</sup> edition, Thousand Oaks. California: Sage, 2004.

Lasswell H. Structure and Functions of Communications in Society // *Mass Communications*; Ed. by W. Shramm. Urbana, 1960.

Lazarsfeld P., Berelson B., and Gaudet H. The People's Choice. New York: Columbia University Press, 1948.

Lippmann W. Public Opinion. New York: Free Press, 1922.

Manning C., Schütze H. Foundations of Statistical Natural Language Processing. Massachusetts: MIT Press Cambridge, 1999.

Mccombs M., Shaw D. The Agenda-Setting Function of Mass Media // *Public Opinion Quarterly*. 1972. 36. P. 176-187.

McQual D. Mass Communication Theory. 4th ed. London: Sage, 2000.

Nordenstreng K. The Structural Context of media Ethics // *Media Ethics. Opening Social Dialog*. Leuven; Belgium, 2000.

Shoemaker P. J., Reese, S. D. Mediating the Message (2nd ed.). White Plains, N.Y. Longman, 1996.

Walker J. L. Jr. Setting the Agenda in the U.S. Senate: A Theory of Problem Selection // *British Journal of Political Science*. 1977. 7. P. 423-45.

## References

Lapin, N. (2016), *Atlas of Russian modernization: socio-economic and socio-cultural trends and problems*, Ves' Mir, Moscow, Russia. (In Russian).

Bednyakov, A. and Mijerin L. (2019), "National projects in Russia: problems and solutions", *Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta*, (4), 20-25. (In Russian).

Davydov, A. and Rozin, V. (2017), *Dispute over mediation: the split in Russia and mediation as a strategy to overcome it*, LENAND, Moscow, Russia. (In Russian).

Djakova, E. and Trahtenberg, A. (2001), *Mass communication: models of influence. How is the agenda formed?*, Izd-vo Gumanitarnogo un-ta, Yekaterinburg, Russia. (In Russian).

Zozulja, A., Zozulja, P. and Eremina, T. (2019), "Current problems in implementing priority national projects", *Vestnik Evraziyskoy nauki*, (1). (In Russian).



*Informatsionno-analiticheskiy bulletin (INAB)* (2019), "The attitude of the population of the pilot regions of the Russian Federation to the work of authorities and management: a comparative analysis of 2015-2019", (2). (In Russian).

Kaminskaya, T. and Chausov, A. (2020) "National projects and the media sphere: promotion and perception", *Vlast*, 28 (3). (In Russian).

Kaminchenko, D. (2019), "Comparative analysis of media's agenda and content of social media", *Mediascope*, 4. (In Russian).

Lushankin, S. (2017), "The concept of 'agenda' in political process: 'political agenda' and it's models", *Vestn. Udmurtsk. un-ta. Ser.: Sociologiya. Politologiya. Mezhdunarodnye otnosheniya*, 1 (4), 456-465. (In Russian).

Merzlyakov, A. (2018), "The problem of subjectivity in the sociology of management", *Sotsiologicheskaya nauka i sotsialnaya praktika*, 6 (4), 95-104. (In Russian).

Polukhina, E. and Prosjanjuk, D. (2015), "Methods of text analysis in mixed-methods research", *Politicheskaya nauka*, (2), 104-116. (In Russian).

*Russia: reforming the power and management vertical in the context of problems of socio-cultural modernization of regions* (2017), in Tihonov, A. (ed.), FNISC RAN, Moscow, Russia. (In Russian).

Chernyh, A. (2008), *Sociology of mass media*, Izd. dom GU VShE, Moscow, Russia. (In Russian).

Blei, D., Ng, A., and Jordan, M. (2003), "Latent Dirichlet allocation", *Journal of Machine Learning Research*, 3, 993-1022.

Bing, L. (2012), *Sentiment Analysis and Opinion Mining*, Morgan & Claypool Publishers.

Boot, W. (1985), "Ethiopia: Feasting on famine", *Columbia Journal Review*, 47-48.

Cohen, J., and Weimann, G. (2000), "Cultivation revisited: Some genres have some effects on some viewers", *Communication Reports*, 13 (2), 1-17.

Dearing, J. W., and Rogers, E. M. (1996), *Communication concepts 6: Agenda-setting*, Sage, Thousand Oaks, California, USA.

Guest, G., MacQueen, K., Namey, E. (2012), *Applied thematic analysis*, Sage, Thousand Oaks, California, USA.

Kinder, D. R. and Sanders, L. M. (1996), *Divided by Color: Racial Politics and Democratic Ideals*, University of Chicago Press, Chicago, USA.

Kingdon, J. W. (1984), *Agendas, alternatives, and public policies*, Little, Brown, Boston, USA.

Krippendorff, K. (2004), *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*, 2<sup>nd</sup> edition, Sage, Thousand Oaks, California, USA.

Lasswell, H. (1960), "Structure and Functions of Communications in Society", in Schramm, W. (ed.) *Mass Communications*, University of Illinois Press, Urbana, IL, USA.

Lazarsfeld, P., Berelson, B., and Gaudet, H. (1948), *The People's Choice*, Columbia University Press, New York, USA.

Lippmann, W. (1922), *Public Opinion*, Free Press, New York, USA.

Manning, C. and Schütze, H. (1999), *Foundations of Statistical Natural Language Processing*, MIT Press Cambridge, Massachusetts, USA.

Mccombs, M. and Shaw, D. (1972), "The Agenda-Setting Function of Mass Media", *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.

McQual, D. (2000), *Mass Communication Theory*, 4th ed., Sage, London, UK.

Nordenstreng, K. (2000), *The Structural Context of media Ethics*, Media Ethics. Opening Social Dialog, Leuven; Belgium.

Shoemaker, P. J. and Reese, S. D. (1996), *Mediating the Message*, 2nd ed. White Plains, N.Y. Longman, USA.

Walker, J. L., Jr. (1977), "Setting the Agenda in the U.S. Senate: A Theory of Problem Selection", *British Journal of Political Science*, 7, 423-45.

*Статья поступила в редакцию 01 ноября 2020 г. Поступила после доработки 26 ноября 2020 г. Принята к печати 01 декабря 2020 г.*

*Received 01 November 2020. Revised 26 November 2020. Accepted 01 December 2020.*

**Конфликты интересов: у авторов нет конфликта интересов для декларации.**

**Conflicts of Interest: the authors have no conflict of interest to declare.**

**Просьянюк Дарья Вячеславовна**, кандидат социологических наук, социолог в «Объединенной металлургической компании», независимый исследователь.

**Daria V. Prosyanyuk**, PhD in Sociology, Sociologist, United Metallurgical Company (ОМК), Independent Researcher.

**Кислицина Ирина Дмитриевна**, лаборант-исследователь Центра социологии управления и социальных технологий Федерального

научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук.

**Irina D. Kislitsina**, Laboratory Researcher, Center for Sociology of Management and Social Technologies, Federal Center for Theoretical and Applied Sociology, Russian Academy of Sciences.