

И. С. Гилёва

*Уральский институт управления – филиал РАНХиГС,
Екатеринбург*

Е. В. Кузнецова

*Уральский институт управления – филиал РАНХиГС,
Екатеринбург*

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

Вопросы эффективной реализации национальных проектов уже в ближайшей перспективе станут предметом активной дискуссии в научных и практических кругах. Предстоит обосновать подходы к оценке эффективности и обозначить направления совершенствования процессов продвижения национальных проектов. Цель исследования состоит в выявлении элементов медиакоммуникационных технологий, которые могли бы более эффективно использоваться органами власти при реализации ключевых национальных проектов в РФ, а также в определении особенностей информационного сопровождения процессов реализации национальных проектов, обозначении проблем и дальнейших перспектив использования медиакоммуникаций.

Ключевые слова: медиакоммуникации, национальные проекты, медиaprостранство, социальные сети, информационная политика органов власти.

Одним из инструментов эффективной реализации государственной политики является институт проектного менеджмента, позволяющий в системе ограниченных финансовых и временных ресурсов, а также находясь в достаточно рискованной среде, достигать национальных социально-экономических целей.

В процессе трансформации проектного подхода при его интеграции в систему государственного управления появился формат национальных проектов, совмещающий в себе управленческие особенности портфеля проекта и государственных программ, использующихся ранее. Эффективность реализации национальных проектов является ключевым фактором достижения приоритетных целей государства, установленных Указом Президента РФ от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах Российской Федерации на период до 2024 года» [14]. В указе определено девять национальных целей, выраженных в конкретных показателях:

- а) обеспечение устойчивого естественного роста численности населения Российской Федерации;
- б) повышение ожидаемой продолжительности жизни до 78 лет (к 2030 году – до 80 лет);
- в) обеспечение устойчивого роста реальных доходов граждан, а также роста уровня пенсионного обеспечения выше уровня инфляции;
- г) снижение в два раза уровня бедности в Российской Федерации;
- д) улучшение жилищных условий не менее 5 млн семей ежегодно;
- е) ускорение технологического развития Российской Федерации, увеличение количества организаций, осуществляющих технологические инновации, до 50 процентов от их общего числа;
- ж) обеспечение ускоренного внедрения цифровых технологий в экономике и социальной сфере;
- з) вхождение Российской Федерации в число пяти крупнейших экономик мира, обеспечение темпов экономического роста выше мировых при сохранении макроэкономической стабильности, в том числе инфляции на уровне, не превышающем 4 %;
- и) создание в базовых отраслях экономики, прежде всего в обрабатывающей промышленности и агропромышленном комплексе, высокопроизводительного экспортно-

ориентированного сектора, развивающегося на основе современных технологий и обеспеченного высококвалифицированными кадрами [14].

Очевидно, что реализация данных целей представляет большой потенциал для настоящего и будущего развития нашей страны.

Вместе с тем стоит отметить, что до сих пор отсутствуют официальное понятие «национальный проект» и профессиональное понимание того, чем данная организационная форма отличается от федеральных целевых и государственных программ, а также почти никто из российских граждан не имеет четкого представления о конкретных составляющих национальных проектов.

Относительно первого из указанных выше аспектов примем в качестве рабочей формулировки понятие, отраженное в работе участников Петербургского международного экономического форума (2019), согласно которому национальные проекты определяются как «инструменты реализации целей национального развития, имеющих приоритетное значение на определенном этапе развития государства и требующих для своего решения значительных ресурсов, предполагающих четко обозначенный конечный результат» [1. С. 20].

Тринадцать национальных проектов определяют в настоящее время приоритетные направления развития Российской Федерации: «Здравоохранение», «Образование», «Демография», «Культура», «Безопасные и качественные автомобильные дороги», «Жилье и городская среда», «Экология», «Наука», «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», «Цифровая экономика», «Производительность труда и поддержка занятости», «Международная кооперация и экспорт», «Комплексный план модернизации и расширения магистральной инфраструктуры» [16].

Проекты разбиты на три большие группы – «Человеческий капитал», «Комфортная для жизни среда» и «Экономический рост». В каждый национальный проект входят от трех до одиннадцати федеральных проектов.

В целом такой подход государства к решению актуальных социально-экономических проблем можно считать уникальным по нескольким причинам.

Во-первых, проектная форма является более глубокой по сравнению с государственными программами, так как содержит большее количество элементов и контрольных мероприятий.

Во-вторых, отличие заключается в гораздо большем финансировании относительно предыдущих проектов и программ, а также в установлении высоких плановых показателей, реализовать которые пока не удастся в полном объеме.

В-третьих, взаимосвязь целей проектов между собой. На каждую приоритетную цель работает несколько национальных проектов. Так, для решения проблемы сокращения населения как существенного ограничителя экономики одинаково важны результаты проектов «Здравоохранение», «Демография», «Образование», «Экология».

И, наконец, в-четвертых, проектный подход в последнее время становится распространенным инструментом в сфере управления, достижения поставленных целей и результатов и в государстве, и в бизнесе, ориентируя и чиновников, и предпринимателей на применение одинаковых инструментов их достижения и развитие универсальных компетенций.

В то же время надо иметь в виду, что новый государственный подход требует иных условий для его реализации, учета всех факторов, влияющих на результативность национальных проектов.

И мировой, и отечественный опыт свидетельствуют о трудностях в достижении целей проектов государственного масштаба. По мнению ряда ученых, экспертов, основные проблемы, возникающие при реализации проектов, связаны с неэффективностью модели государственного управления, несовершенством законодательства, некомпетентностью исполнителей, нерациональными схемами финансирования, коррупцией и др. [1. С. 21–22; 4. С. 7–8].

Авторы настоящей статьи, признавая существенное влияние всех факторов на эффективность национальных проектов, тем не менее, считают, что решение данных проблем в частности, и совершенствование государственного управления в целом, должно сопровождаться обеспечением конструктивного взаимодействия органов власти с населением и бизнесом и повышением активного участия граждан в реализации проектов [2. С. 476].

Очевидно, что успешность осуществления проектов любого уровня зависит от того, насколько они положительно воспринимаются теми, для кого они предназначены – выгодоприобретателями (пользователями) результатов проектов [5].

Теория и практика принятия решения обосновывают целесообразность комплексной информационной поддержки всех заинтересованных лиц на каждой стадии выработки и реализации решений любого уровня. Применительно к национальным проектам это означает, что обоснованность и реализуемость проекта можно гарантировать, если обеспечить качественную информационную поддержку на этапах его разработки, реализации, мониторинга и анализа промежуточных и итоговых результатов [3. С. 311].

Информационное обеспечение этапа разработки проекта даст возможность выработки альтернативных решений, обоснованных показателей и, самое главное, – повысит восприимчивость адресата к планируемым изменениям [22]. Этап реализации, обеспеченный полноценным информационным сопровождением, будет гарантировать поддержку населением, уменьшение числа ошибок и исправлений. Результаты мониторинга и анализа будут являться достоверной основой для получения объективных выводов о качестве реализации проекта, конкретных предложениях для дальнейшего его совершенствования.

Сегодня, к сожалению, данные социологических исследований свидетельствуют, что «только 7 % россиян понимают, что представляют собой национальные проекты», «44 % граждан слышали о проектах», соответственно больше половины россиян не знакомы с идеями национальных проектов вообще и, наконец, «ожидания россиян от реализации национальных проектов – умеренно–пессимистичные: 17 % россиян считают, что государству удастся в полной мере реализовать все национальные проекты или большинство из них» [12]. Также по мнению 39 % опрошенных «что-то реализовать удастся, а что-то – нет, и 20 % полагают, что не удастся реализовать многие проекты, 15 % граждан считают, что все или почти все проекты останутся нереализованными» [11].

На уровне государственных органов власти проблема дефицита информации также признается [7. С. 79]. В связи с чем было принято решение о создании сервиса обратной связи для населения «Национальные проекты глазами людей», благодаря которому у человека появилась возможность получать информацию о ходе реализации каждого проекта в конкретном регионе, а также сообщать о проблемах в их реализации [11].

В этом видится неэффективность государственной информационной политики в сфере реализации государственных полномочий, в частности и в сфере реализации национальных проектов. При этом в сфере государственного управления традиционно считается, что одним из важнейших условий эффективности работы любой государственной структуры является своевременная и достоверная информация. Её недостаток, несвоевременность, необъективность вследствие преднамеренного или непреднамеренного искажения могут приводить к принятию решений с непредсказуемыми последствиями и создавать угрозы национальной безопасности в различных сферах деятельности общества и государства [13].

Сегодня в сфере информирования о процессах реализации национальных проектов сложился ряд существенных проблем.

1. Низкая информированность граждан и других целевых аудиторий о существующих мерах реализуемых национальных проектов является следствием традиционно сформированной практики взаимодействия органов власти с населением.

Для эффективной работы органы власти должны вырабатывать и осуществлять эффективную государственную информационную политику, в реализацию которой встраиваются многочисленные участники и элементы медиапространства конкретной территории. Под медиапространством, основываясь на мнении О. В. Монастыревой, целесообразно понимать специфическую часть «информатизированного» физического пространства, «виртуальной» территории, принадлежащей государству, где ключевая роль отводится тем медиакоммуникациям, которые так или иначе сложились и активно используются субъектами информационной политики [10. С. 57].

В рамках настоящего исследования медиакоммуникации понимаются как особого рода направления взаимодействия между социальными субъектами (в данном исследовании рассматриваются органы власти и различные социальные группы), связанные с процессами производства, распространения и потребления информации. Система информационного взаимодействия включает в себя следующие основные действующие элементы: органы власти, население территории, информационные каналы. Связями

в системе служат отношения по поводу производства, передачи и распространения информации [18. С. 90].

И, как результат, данные процессы будут выражаться в максимально эффективном информировании целевых аудиторий о результатах деятельности органов власти в части реализации национальных проектов, в активном привлечении граждан к участию в принятии решений, в улучшении имиджа государственных структур в общем и целом и т. п.

2. Неэффективная работа органов власти по установлению заинтересованных в получении информации адресных групп.

На примере Свердловской области можно увидеть, что распространением информации о предоставляемых возможностях в рамках реализации мер национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» занимается Свердловский областной фонд поддержки предпринимательства [17], ориентируясь, в первую очередь, на тех предпринимателей, которые сотрудничали с фондом и их контактная информация есть в базах данных, или на тех, кто постоянно посещает сайт организации, что не может свидетельствовать о взаимодействии со всеми потенциальными участниками предлагаемых мероприятий.

3. Следующая проблема связана с тем, что ответственные за реализацию проектов органы власти не в полной мере учитывают особенности информационного поведения людей. Информационное поведение определяет уровень восприятия человеком информации [4. С. 59].

Несмотря на это проводятся и организуются отдельные мероприятия, связанные с продвижением ключевых идей национальных проектов, информация об их возможностях, выгодах для конкретных групп людей распространяется по ограниченному числу каналов передачи информации (наружная реклама, интернет), с использованием неэффективных инструментов (электронная почта, почтовая рассылка, реклама в газетах).

Очевидно, что пользователи разных поколений ориентированы на различные каналы коммуникаций. Пожилые категории граждан предпочитают личное общение и бумажный, заверенный печатью и подписью документ. Молодежь ориентирована на упрощение процесса восприятия информации путем использования видео-, фото-, аудиоматериалов, инфографики и других способов, благодаря которым обеспечивается скорость, наглядность, интерактивность.

До каждой заинтересованной группы следует доводить важную для них информацию в том формате, в котором он будет максимально востребован [19].

4. Кроме того, актуальной остается проблема доступности языка официальных документов для целевой аудитории. Отчеты по реализации нацпроектов в основном содержат цифры, показатели, сухие факты. В выступлениях чиновников и сообщениях на сайтах органов власти и в СМИ недостаточно информации разъяснительного, мотивирующего характера, мало конкретных историй успеха, связанных с мероприятиями национальных проектов и т. п.

5. Еще одна проблема, по мнению авторов, имеет отношение к вопросу доверия и компетентности участников проектной деятельности – исполнителей, экспертов, контролеров.

В России традиционно наблюдается дефицит доверия к тем, кто имеет доступ к власти и бюджету. Такая позиция переносится и на реализуемые национальные проекты. Люди в основном не верят, что цели, заявленные в проектах, реализуются в полном объеме к 2024 году.

Очень важно в связи с этим обеспечить высокий уровень доверия населения к тем, кто дает обратную связь по вопросам реализации нацпроектов, за счет привлечения к участию в диалоге с гражданами представителей бизнеса, НКО, волонтеров, профессиональных сообществ, уважаемых обществом людей из разных сфер деятельности.

6. Отсутствие учета региональной специфики развития медиапространства. Так, например, в Свердловской области реализуется рыночная модель медиакommunikаций (в соответствии с концепцией И. А. Яковенко), которая характеризуется высокой медианасыщенностью и большим количеством независимых СМИ [8]. Исходя из этого факта органам власти важно определять и каналы коммуникации, по которым будет осуществляться взаимодействие с целевой аудиторией. В данном случае их перечень будет достаточно широким – это как «традиционные» каналы коммуникации, так и относительно новые формы.

По данным Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Уральскому федеральному округу, в

2020 году действовало 444 печатных СМИ и 237 электронных СМИ (телевидение, радио) [15].

Помимо традиционных средств распространения информации, в Свердловской области особо стоит отметить работу сетевых изданий и информационных агентств, которые активно развиваются и обеспечивают доступ населения к информации о деятельности органов государственной власти региона. Так, согласно рейтингу медиаресурсов Свердловской области за 2020 год, составленному компанией «Медialogия», именно эти типы СМИ являются наиболее цитируемыми. Лидеры медиарейтинга – информагентство Ura.ru, а также интернет-ресурсы Znak.com и E1.ru [8].

Таблица 1

Рейтинг самых цитируемых СМИ Свердловской области, 2020 год

СМИ	Категория	Индекс цитирования
Ura.ru	Информагентство	5 701,38
Znak.com	Интернет	3 075,58
E1.ru	Интернет	819,14
66.ru	Интернет	379,94
Европейско-азиатские новости	Информагентство	362,65
Mstrok.ru	Интернет	188,42
УралИнформБюро	Информагентство	158,83
Tagilcity.ru	Интернет	157,95
Областная газета	Газета	140,27
Комсомольская правда – Екатеринбург	Газета	123,88
КоммерстантЪ – Урал	Газета	114,92
Интерфакс–Урал	Информагентство	103,52
Ekburg.ru	Интернет	93,61
ОТВ–Екатеринбург	ТВ	91,06
Veved.ru	Интернет	77,75
Pravdaurfo.ru	Интернет	64,46
Эхо Москвы в Екатеринбурге	Радио	61,51
Аргументы и факты – Урал	Газета	54,81
ИА Уральский меридиан	Информагентство	52,95
Ku66.ru	Интернет	42,54
Justmedia.ru	Интернет	42,07
Деловой квартал – Екатеринбург	Журнал	40,02

Особую группу источников информации составляют сообщества в социальных сетях, посвященные местной тематике. В современных реалиях они выступают площадкой как для получения информации, так и для высказывания пользователями своей точки зрения по обсуждаемым вопросам. Для того чтобы убедиться в возможностях этого медиасегмента, проведем анализ местных тематических групп в самой популярной социальной сети России «ВКонтакте» [20].

Таблица 2

Самые популярные сообщества в социальной сети «ВКонтакте» по городам Свердловской области в 2020 году

Город	Название группы	Количество подписчиков (чел.)	Численность населения (чел.)
Екатеринбург	«Типичный Екатеринбург»	551 069	1 493 749
	«Интересный Екатеринбург»	277 344	
	«Инцидент Екатеринбург»	242 479	
Нижний Тагил	«[ТТ] Я ❤️ НИЖНИЙ ТАГИЛ»	134 101	352 135
Каменск-Уральский	«Подслушано Каменск-Уральский»	62 974	166 086

Знак: проблемное поле mediaобразованија. 2021. № 1 (39)

Первоуральск	«Инцидент Первоуральск»	42 447	122 183
Серов	«Это Серов, детка»	45 912	99 381
Новоуральск	«NVK»	32 801	80 723
Верхняя Пышма	«Верхняя Пышма Среднеуральск 8 район»	37 995	72 688
Асбест	«[ТА] ТИПИЧНЫЙ АСБЕСТ»	37 161	62 908
Камышлов	«[ТК] ТИПИЧНЫЙ КАМЫШЛОВ»	13 919	28 914
Талица	«Подслушано Талица»	24 332	15 875

Как свидетельствуют представленные данные, количество подписчиков в крупнейших местных группах в социальных сетях зачастую достигает трети, а иногда и больше половины населения муниципального образования. Это свидетельствует о том, что независимые от региональной власти источники информации имеют доминирующее положение.

Все эти факторы убеждают нас в том, что Свердловская область – типичный представитель рыночной медиамодели. А выстраивание эффективной системы информационного взаимодействия между органами власти и населением – ключ к снижению социальной напряжённости и формированию устойчивого диалога.

Основываясь на вышесказанном, можно предложить в качестве важнейших практических рекомендаций для органов власти следующие.

1. Важна четкая целевая ориентация работы с медиакоммуникационными средствами – это могут быть и телевизионные, и видеоматериалы, печатные и аудиовизуальные источники и т. д. Всегда должно быть важно, кто будет читать, смотреть, слушать материалы? Какие цели преследуют органы власти, размещая в тех или иных источниках информацию? Цели таких действий могут быть разными – это и простое информирование граждан, а может быть и целенаправленная информационная работа, связанная с повышением доверия к непосредственному органу власти, к реализуемым проектам и мероприятиям. Главным условием эффективной работы с целевой аудиторией и более широкой общественностью является вступление в коммуникацию с гражданами, целевыми группами везде (имеется в виду информационное пространство), где есть возможность.

2. Обязательными должны стать данные о характеристиках целевой аудитории. Кто конечный получатель информации, для кого производится информационное сообщение? Это могут быть как граждане, жители, так и другие группы лиц – журналисты, коллеги, собственные сотрудники, служащие органов власти и т. п. В зависимости от направленности на различные целевые группы должно существенно модифицироваться информационное сообщение, аудиовизуальные и другие материалы.

3. Из предыдущей рекомендации следует то, что нужно обязательно комплексно учитывать специфику аудитории. Какие социальные сети выбрать для создания аккаунтов и размещения материалов, какие материалы туда размещать, как работать над продвижением публикаций и самого ресурса? Это также важно принимать во внимание. Базовая рекомендация такова: нужно присутствовать везде, где есть возможность, вступать в коммуникацию с аудиторией. Но при несомненной ограниченности ресурсов важно учитывать и сложившуюся медиасистему и медиамодель в городе, регионе, ориентироваться на максимально популярные ресурсы и конкретно поставленные задачи.

Так, уже на протяжении долгого времени в России наиболее популярными социальными сетями являются «ВКонтакте» (vk.com, также называют российским аналогом американского Facebook), Instagram (instagram.com), «Твиттер» (twitter.com), Facebook (fb.com) и т. д. [21]. Данная статистика вполне известна и не может не учитываться и не рассматриваться органами власти. Информационная работа только на официальных сайтах, равно как и простое размещение одинаковой информации во всех возможных информационных ресурсах, также не может быть рассмотрена как эффективная в современном медиапространстве.

4. Далее логично будет предположить, что необходима адаптация одной и той же содержательной информации к разным информационным источникам, платформам. Одно и

то же важное информационное сообщение может и должно быть в разных формах представлено в визуальном виде, видеоресурсе, на официальном сайте. Органы власти не могут не учитывать тренды по работе с информацией, апробированные уже многочисленными специалистами и информационными системами. Так, например, по результатам исследования компании Nielsen были описаны новые тенденции в поведении людей. К примеру, «находясь в самоизоляции 76 % опрошенных потребителей изменили привычки, связанные с хобби и потреблением контента, каждый пятый (21 %) стал чаще читать онлайн-книжки, а чуть меньше опрошенных (20 %) стали чаще проводить время в социальных сетях, 18 % – просматривать видео, 12 % – слушать музыку и радио» [9]. Наконец, по результатам исследования этой компании, для принятия решения о дальнейшем просмотре видео «потребителям» информационного продукта достаточно нескольких секунд.

Мы уже не можем не учитывать эти тенденции. Это новая реальность, с которой органы власти, к сожалению, пока не готовы работать в полную силу.

5. Наконец, важен конкретный четкий и обоснованный план работы с информацией. Это может быть медиаплан, который бы включал разнообразные виды информационных материалов, размещаемых в ключевых информационных источниках конкретной территории, разных видов и различной направленности.

Механизмом для внедрения данных рекомендаций будет являться проактивное развитие информационных кампаний органов власти. Так, например, информационная политика по продвижению отдельных национальных проектов может быть отдана на аутсорсинг smm-агентствам, которые на профессиональном уровне занимаются работой по продвижению продуктов в информационном пространстве с использованием современных методов таргетирования целевых групп, применения графического и визуального контента в соответствии с актуальными трендами рекламного периода.

Помимо передачи информационной политики на аутсорсинг, стоит расширить коммуникацию с важнейшими целевыми аудиториями и соответствующими группами общественности в рамках конкретных национальных проектов.

В качестве ожидаемых итогов вследствие передачи части информационных функций на аутсорсинг произойдет более широкий и качественный охват целевой аудитории с применением эффективных технологий интернет-маркетинга, который сегодня является ключевым на рынке информационных услуг.

В заключении необходимо отметить, что, преодолев сложный путь административных, социально-экономических и политических реформ, проектный подход в системе государственного управления занял главенствующее место в роли ключевого инструмента реализации государственной политики от федерального до муниципального и локального уровня исполнения. И приоритетные национальные проекты могут рассматриваться в качестве эффективных механизмов решения актуальных проблем государства, при условии привлечения медиакоммуникационных технологий, позволяющих существенно повысить потенциал информирования населения о ходе и результатах реализации проектов, что будет способствовать, в итоге, достижению позитивного и вовлеченного отношения российских граждан к ключевым задачам и ориентирам страны.

Список литературы

1. Бедняков, А. С. Национальные проекты России: проблемы и решения / А. С. Бедняков, Л. А. Миэринь. – Текст : непосредственный // Известия СПбГЭУ. – 2019. – № 4. – С. 118–128.
2. Гилева, И. С. Популяризация национальных проектов среди населения через инструменты социальных сетей / И. С. Гилева, Е. В. Кузнецова. – Текст : непосредственный // XXII Уральские социологические чтения. Национальные проекты и социально-экономическое развитие Уральского региона: материалы Всероссийской научно-практической конференции. Екатеринбург, 17–18 марта 2020 г. / (под общ. ред. Ю. Р. Вишневого, М. В. Певной); Мино науки и высшего образования РФ. – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2020. – С. 475–479.
3. Гудулова, Г. О. Открытость государственных органов: понятие, элементы, стандарты / Г. О. Гудулова. – Текст : непосредственный // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2017. – Т. 6. – № 4 (21). – С. 311–313.

4. Гулякина, Е. А. Социально–информационное поведение человека / Е. А. Гулякина. – Текст : непосредственный // Новая наука: проблемы и перспективы. – 2016. – № 6–2 (85). – С. 59–61.
5. Зозуля, А. В. Современные проблемы реализации приоритетных национальных проектов / А. В. Зозуля, П. В. Зозуля, Т. Н. Еремина. – Текст : электронный // Вестник Евразийской науки. – 2019. – № 1. – URL: <https://esj.today/PDF/21ECVN119.pdf> (дата обращения: 11.08.2020).
6. Основные региональные модели СМИ. – Текст : электронный : [сайт]. – URL: http://www.freepress.ru/arh/book_2000/009.shtml (дата обращения: 21.08.2020).
7. Кузнецова, Е. В. Информационная открытость органов власти в условиях цифровой трансформации государственного управления / Е. В. Кузнецова. – Текст : непосредственный // Трансформация современного российского общества и стратегические приоритеты: монография / Под ред. Б. Ю. Берзина, А. С. Ваторопина, И. А. Коха. – Екатеринбург: Уральский институт управления РАНХиГС, 2019. – С. 77–93.
8. Медиалогия. Свердловская область: рейтинг СМИ за 1 квартал 2020 года. – Текст : электронный : [сайт]. – URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/7502/> (дата обращения: 21.08.2020).
9. Мир после COVID–19: 5 трендов потребления. – Текст : электронный : [сайт]. – URL: <https://www.nielsen.com/ru/ru/insights/article/2020/mir-posle-covid-19-5-trendov-potrebleniya/> (дата обращения: 21.08.2020).
10. Монастырева, О. В. Медиапространство. Обзор представлений и подходов к пониманию / О. В. Монастырева. – Текст : непосредственный // Вестник АМГУ. – 2013 – № 50. – С. 56–62.
11. Национальные проекты глазами людей: электронный сервис. – Текст : электронный : [сайт]. – URL: <https://ngl.er.ru> (дата обращения: 20.08.2020).
12. Национальные проекты: ожидания россиян. Аналитический центр НАФИ. – Текст : электронный : [сайт]. – URL: <https://nafi.ru> (дата обращения: 20.08.2020).
13. Нисневич, Ю. А. Информация и власть / Ю. А. Нисневич. – Москва: Мысль, 2000. – 175 с. – Текст : непосредственный
14. О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года: Указ Президента РФ от 07.05.2018 № 204. – Текст : непосредственный // Собрание законодательства РФ. 14.05.2018. № 20. Ст. 2817.
15. Об утверждении государственной программы Свердловской области «Обеспечение эффективности системы информирования населения Свердловской области до 2025 года»: Постановление Правительства Свердловской области от 25 декабря 2019 г. № 1007–ПП. – Текст : электронный // Официальный интернет–портал правовой информации. Государственная система правовой информации. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/6600201912270029> (дата обращения: 20.08.2020).
16. Официальный информационный портал «Будущее России. Национальные проекты». – Текст : электронный : [сайт]. – URL: <https://futureussia.gov.ru> (дата обращения: 20.08.2020).
17. Сведения о деятельности фонда. Сайт «Свердловского областного фонда поддержки предпринимательства». – Текст : электронный : [сайт]. – URL: <https://sofp.ru/meropriyatiya/> (дата обращения: 07.08.2020).
18. Сергеев, Е. А. Взаимодействие органов государственной власти и СМИ как важнейшее условие социально–экономического развития региона / Е. А. Сергеев. – Текст : непосредственный // Современные тенденции в экономике и управлении: Новый взгляд. Сборник материалов XLIX Международной научно–практической конференции. – Новосибирск, 2017. – С. 88–93.
19. Серых, М. К. Особенности восприятия социальных сетей у пользователей с разной частотой посещения / М. К. Серых. – Текст : электронный // SCI ARTICLE. – 2016. – № 36. – URL: <https://sci-article.ru/stat.php?i=1469748018> (дата обращения: 28.08.2020).
20. Статистика социальных сетей в России 2020. – Текст : электронный : [сайт]. – URL: https://livedune.ru/blog/statistika_socsetej_v_rossii (дата обращения: 07.08.2020).
21. Тенденции монетизации контента в Интернете. Медиапотребление в России – 2019. – Текст : электронный : [сайт]. – URL: <https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/media-consumption-in-russia.html> (дата обращения: 08.08.2020).

22. Черных, А. М. Нацпроекты и многие неизвестные / А. М. Черных – Текст : электронный. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4005171> (дата обращения: 12.08.2020).

**MEDIA COMMUNICATIONS AS A FACTOR OF EFFECENCY
OF NATIONAL PROJECTS IMPLEMENTATION**

*Gileva I. S., Ural Institute of management – branch of Ranepa, Yekaterinburg,
parf-irina@yandex.ru*

*Kuznetsova E. V., Ural Institute of management – branch of Ranepa, Yekaterinburg,
pomeshica1975@gmail.com*

Transformational processes in modern Russian society aim to create a full-fledged digital environment in the country that ensures simplicity, clarity and openness of interaction between government authorities, the population and business. New digital technologies very clearly demonstrate the understanding that the process of information interaction is two-way and requires the readiness of both parties involved in such communications. The purpose of the study is to identify elements of media communication technologies that could be more effectively used by government authorities in the implementation of key national projects in the Russian Federation, to determine the features of information support for the implementation of national projects, to identify problems and future prospects for the use of media communications. As a result of the analysis, it is possible to determine the most effective media communication technologies for government agencies, and develop specific practical recommendations for improving the effectiveness of the processes of building media interaction between key participants in the implementation of national projects in Russia.

Key words: media communications, national projects, media space, social networks, government information policy.

References

1. Bednyakov, A. S. & Mierin, L. A. (2019). Nacional'nye proekty Rossii: problemy i resheniya [National projects Russia: problems and solutions]. *Izvestiya SPbGEU* [News SPbGEU LETI], SPbGEU, Saint Petersburg, 4, pp. 118–128. (in Russ.).
2. Gileva, I. S. & Kuznecova, E. V. (2020). XXII Ural'skie sociologicheskie chteniya. Nacional'nye proekty i social'no-ekonomicheskoe razvitie Ural'skogo regiona [XXII Ural Sociological Readings. National projects and socio-economic development of the Ural region]. *Populyarizaciya nacional'nyh proektov sredi naseleniya cherez instrumenty social'nyh setej* [Popularization of national projects among the population through tools of social networks], Ekaterinburg, Ural university, pp. 475–479 (in Russ.).
3. Gudulova, G. O. (2017). Otkrytost' gosudarstvennyh organov: ponyatie, elementy, standarty [Openness of state bodies: concept, elements, standards]. *Azimut nauchnyh issledovanij: ekonomika i upravlenie* [Azimuth of Scientific Research: Economics and Management], Association «PAAS», Togliatti, 4 (21), pp. 311–313. (in Russ.).
4. Gulyakina, E. A. (2016). Social'no-informacionnoe povedenie cheloveka [Socio-informational behavior of a person]. *Novaya nauka: problemy i perspektivy* [New Science: problems and prospects], Limited Liability Company «Agency for International Studies», Sterlitamak, 6–2 (85), pp. 59–61. (in Russ.).
5. Zozulya, A. V., Zozulya, P. V., Eremina, T. N. (2019). Sovremennye problemy realizacii prioritnyh nacional'nyh proektov [Modern problems of implementation of priority national projects]. *Vestnik Evrazijskoj nauki* [Bulletin of Eurasian Science], LLC “Publishing house «World of science», Moscow, 1, available at: <http://esj.today/PDF/21ECVN119.pdf> (accessed: 11.08.2020) (in Russ.).
6. Osnovnye regional'nye modeli SMI [Main regional media models]. *Institut „Obshchestvennaya Ekspertiza“* [Institute “Public expertise”], available at: http://www.freepress.ru/arh/book_2000/009.shtml (accessed: 21.05.2020) (in Russ.).

7. Kuznecova, E. V. (2019). Transformaciya sovremennogo rossijskogo obshchestva i strategicheskie priority: monografiya [Transformation of modern Russian society and strategic priorities: monograph]. *Informacionnaya otkrytost' organov vlasti v usloviyah cifrovoj transformacii gosudarstvennogo upravleniya* [Information openness of authorities in the conditions of digital transformation of public administration]. Ekaterinburg, UIU – branch of RANEPa, pp. 77–93. (in Russ.).
8. Medialogiya. Sverdlovskaya oblast': rejting SMI za 1 kvartal 2020 goda [Medialogy. Sverdlovsk region: media rating for the 1st quarter of 2020], available at: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/7502/> (accessed: 21.08.2020) (in Russ.).
9. Mir posle COVID–19: 5 trendov potrebleniya [The World after COVID–19: 5 consumption trends], available at: <https://www.nielsen.com/ru/ru/insights/article/2020/mir-posle-covid-19-5-trendov-potrebleniya/> (accessed: 21.08.2020) (in Russ.).
10. Monastyreva, O. V. (2013). Mediaprostranstvo. Obzor predstavlenij i podhodov k ponimaniyu [Overview of perceptions and approaches to learning]. *Vestnik AMGU* [Bulletin of the Amur State University], Amur State University, Blagoveshchensk, 50, pp. 56–62 (in Russ.).
11. Nacional'nye proekty glazami lyudej: elektronnyj servis [National projects through the eyes of people: e–service], available at: <https://ngl.er.ru> (accessed: 20.08.2020).
12. Nacional'nye proekty: ozhidaniya rossiyan. Analiticheskij centr NAFI [National projects: expectations of Russians. NAFI analytical center], available at: <https://nafi.ru> (accessed: 20.08.2020) (in Russ.).
13. Nisnevich, YU. A. (2000). *Informaciya i vlast'* [Information and power], Moscow: Thought. 175 p. (in Russ.).
14. Ukaz Prezidenta RF ot 07.05.2018 N 204 «O nacional'nyh celyah i strategicheskikh zadachah razvitiya Rossijskoj Federacii na period do 2024 goda» [Decree of the President of the Russian Federation of 07.05.2018 N 204: On national goals and strategic objectives of the development of the Russian Federation for the period up to 2024]. *Sobranie zakonodatel'stva RF* [Collection of legislation], 20, pp. 2817. (in Russ.).
15. *Postanovlenie Pravitel'stva Sverdlovskoj oblasti ot 25 dekabrya 2019 g. № 1007–PP: Ob utverzhdenii gosudarstvennoj programmy Sverdlovskoj oblasti «Obespechenie effektivnosti sistemy informirovaniya naseleniya Sverdlovskoj oblasti do 2025 goda»*: [About the approval of the state program of the Sverdlovsk region “Ensuring the effectiveness of the information system of the population of the Sverdlovsk region until 2025”: Resolution Of the government of the Sverdlovsk region], available at: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/6600201912270029> (accessed: 20.08.2020) (in Russ.).
16. Oficial'nyj informacionnyj portal «Budushchee Rossii. Nacional'nye proekty» [Official information portal “Future of Russia. National projects”], available at: <https://futureussia.gov.ru> (accessed: 20.08.2020) (in Russ.).
17. Informaciya o deyatel'nosti fonda [Information about the fund's activities], available at: <https://sofp.ru/meropriyatiya/> (accessed: 07.08.2020) (in Russ.).
18. Sergeev, E. A. (2017). Sovremennye tendencii v ekonomike i upravlenii: Novyj vzglyad [Current trends in Economics and management: A new perspective]. *Vzaimodejstvie organov gosudarstvennoj vlasti i SMI kak vazhnejshee uslovie social'no–ekonomicheskogo razvitiya regiona* [Interaction of state authorities and mass media as the most important condition for socio–economic development of the region]. Novosibirsk, Limited Liability Company «Center for the Development of Scientific Cooperation», pp. 88–93 (in Russ.).
19. Seryh, M. K. (2016). Osobennosti vospriyatiya social'nyh setej u pol'zovatelej s raznoj chastotoj poseshcheniya [Features of perception of social networks in users with different frequency of visits]. *SCIARTICLE* [SCIARTICLE], 36, available at: <https://sci-article.ru/stat.php?i=1469748018> (accessed: 28.08.2020) (in Russ.).
20. Statistika social'nyh setej v Rossii 2020 [Statistics of social networks in Russia 2020], available at: https://livedune.ru/blog/statistika_socsetej_v_rossii (accessed: 07.08.2020) (in Russ.).
21. Tendencii monetizacii kontenta v Internete. Mediapotreblenie v Rossii – 2019 [Trends in content monetization on the Internet. Media consumption in Russia–2019], available at: <https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/media-consumption-in-russia.html> (accessed: 08.08.2020) (in Russ.).

22. СНерных, А. Nасproekты i mnogie neizvestnye [National Projects and many unknown], available at: <https://www.kommersant.ru/doc/4005171> (accessed: 12.08.2020) (in Russ.).

Гилева Ирина Сергеевна, кандидат социологических наук, доцент кафедры теории и социологии управления, Уральский институт управления – филиал РАНХиГС, г. Екатеринбург, Россия.

ORCID: 0000-0003-4092-549X

parf-irina@yandex.ru

Кузнецова Елена Владимировна, кандидат социологических наук, доцент кафедры теории и социологии управления, Уральский институт управления – филиал РАНХиГС, г. Екатеринбург, Россия.

pomeshical975@gmail.com

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Гилёва И. С., Кузнецова Е. В. Медиакоммуникации как фактор эффективности реализации национальных проектов // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 1 (39). С. 15–25. DOI: 10.47475/2070-0695-2021-10102.

Gileva I. S., Kuznetsova E. V. Media communications as a factor of efficiency of national projects implementation // Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya. 2021. No 1 (39), pp. 15–25. DOI: 10.47475/2070-0695-2021-10102.