

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

*На правах рукописи*

**Францев Дмитрий**

**Стратегические коммуникации органов государственной власти при  
продвижении пенсионной реформы**

**Программа магистратуры – «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – «стратегические коммуникации в бизнесе и политике»**

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

Научный руководитель –  
кандидат филологических наук,  
доцент  
Людмила Владимировна Балахонская  
Кафедра связей с общественностью в бизнесе

Вх. № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_  
Секретарь \_\_\_\_\_

Санкт-Петербург  
2017

## Оглавление

<u>Введение</u>	3
<u>1. Стратегические коммуникации органов государственной власти: теоретические аспекты</u>	9
<u>1.1. Государственный PR и антикризисное управление: теоретические аспекты</u>	9
<u>1.2. Стратегические коммуникации: специфика. Система стратегических коммуникаций органов государственной власти при продвижении реформ</u>	19
<u>2. Анализ стратегических коммуникаций органов власти при продвижении пенсионной реформы</u>	33
<u>2.1 Социально-экономический бэкграунд текущей ситуации</u>	33
<u>2.2. Пенсионная реформа в историческом дискурсе – краткий обзор</u>	45
<u>2.3. Анализ продвижения пенсионной реформы: инструменты, ключевые сообщения и эффективность</u>	52
<u>2.3.1 Система стратегических коммуникаций при продвижении пенсионной реформы</u>	52
<u>2.3.2. Анализ СМИ по ключевым сообщениям пенсионной реформы</u>	55
<u>2.3.2 Детальный анализ публикаций, связанных с анонсированием решения о пенсионном моратории</u>	93
<u>Заключение</u>	105
<u>Список использованной литературы и источников</u>	108

## Введение

В декабре 2012 года была принята “Стратегия долгосрочного развития пенсионной системы РФ”, согласно которой основными целями развития пенсионной системы являются гарантирование социально приемлемого уровня пенсионного обеспечения и обеспечение сбалансированности и долгосрочной финансовой устойчивости пенсионной системы.

Меньше чем через год, в сентябре 2013 года, Правительство объявило о решении по “пенсионному мораторию” - заморозке накопительной части пенсии. Мера, принятая для покрытия дефицита бюджета, изначально представленная как временная, к 2017 году приобрела статус долгосрочной, так как решение затронуло бюджет до 2019 года.

Данное решение нельзя назвать заранее спланированным, ведь всё в той же “Стратегии...” 2012 года в качестве одной из задач было указано повышение эффективности накопительной части пенсии, де факто же оно выступило антикризисной мерой для покрытия дефицита бюджета.

Тем не менее, несмотря на столь резкую смену вектора развития, государству удалось избежать возникновения острого конфликта с группами общественности, чьи интересы это решение затрагивало. Непопулярные меры принимаются государством регулярно - именно этим объясняется актуальность данного исследования, в котором планируется проанализировать, какие стратегические коммуникации проводились органами государственной власти для того, чтобы смягчить данную ситуацию и убедить население в необходимости принятия того или иного законопроекта.

По данным опроса Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) от октября 2012 года<sup>1</sup> (опрошено 1600 человек от 18 и старше), на вопрос об информированности по теме надвигающейся пенсионной реформы:

---

<sup>1</sup> Опрос ВЦИОМ от октября 2012 года//Данные с сайта ВЦИОМ. URL: [https://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/ns\\_doklady/2012/2012-12-06-pensiya.pdf](https://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/ns_doklady/2012/2012-12-06-pensiya.pdf)

1) 55% респондентов выбрала вариант «что-то слышал, но подробностей не знаю»;

2) 28% респондентов выбрали «впервые слышу»;

3) 16% - за «мне хорошо это известно».

Опрос ВЦИОМ, проводившийся 4-5 июля 2015 года<sup>2</sup> на выборке в 1600 человек из 132 городов, показал несколько иную картину:

1) 60% в том или ином виде проинформированы о системе пенсионного страхования

2) 20% ничего не известно;

3) 18% хорошо осведомлены о работе системы пенсионного страхования.

Кроме того, в этом опросе инициативу по увеличению пенсионного возраста не поддержали 65% населения, 43% (большинство) выступило против отмены накопительной части пенсии.

Данные этих социологических исследований иллюстрируют незначительную динамику повышения информированности населения по пенсионной реформе. Это может быть индикатором эффективности коммуникации, поскольку конечной целью стратегических коммуникаций в системе коммуникаций органов государственной власти при продвижении реформ является ничто иное, как повышение информированности целевых групп общественности.

Подтверждают актуальность темы пенсионного реформирования опросы, проведенные ВЦИОМ и Левада-центр по теме пенсионной реформы, фиксирующие отношение населения к проводимым реформам. Например, опрос<sup>3</sup> Левада-центра (апрель 2015) на тему повышения пенсионного возраста подтвердил положительную динамику отношения граждан: 5% респондентов целиком положительно относятся к инициативе повышения пенсионного

---

<sup>2</sup> Данные опроса ВЦИОМ//Сайт газеты «Известия» URL: <http://izvestia.ru/news/585177>

<sup>3</sup> Опрос Левада-центра от 03.10.15//Сайт Левада-центра URL:<http://www.levada.ru/2015/03/10/povyshenie-pensionnogo-vozrasta/>

возраста (вместо 2% в 2009 году, 3% в 2006 и 2% в 1998 г-х); 29% относятся скорее отрицательно (вместо 28, 23 и 24% в соответствующих годах), 50% (вместо 55, 61 и 66%) относятся резко негативно. Социологические опросы позволяет замерить отношение населения к проводимым реформам и, тем самым, проследить за сменой «настроений» населения по мере осуществления реформы.

Объектом данного исследования является коммуникационное сопровождение реформ органами государственной власти, а предметом - стратегические коммуникации органов государственной власти при продвижении пенсионной реформы 2013-... гг.

Цель исследования - составить систему стратегических коммуникаций органов государственной власти при продвижении современной пенсионной реформы. Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи:

- выявить специфику государственного PR;
- дать наиболее полное определение понятия “стратегические коммуникации” и обозначить их специфику в отношении органов государственной власти;
- составить систему стратегических коммуникаций органов государственной власти при продвижении реформ;
- провести исторический обзор проведения пенсионной реформы и обозначить ее текущее состояние;
- описать систему стратегических коммуникаций при продвижении современной пенсионной реформы, выявить и проанализировать средства коммуникации, ключевые сообщения и пр.
- проанализировать активность органов государственной власти в СМИ по ключевым сообщениям на предмет упоминаемости, тональности публикаций, типов используемых СМИ и их медиаиндекса; также — проанализировать информационные материалы Пенсионного фонда РФ.

Источниками для написания работы послужили сайты средств массовой

информации: “Российской газеты”, “ТАСС”, “РИА новости”, РБК и пр., в публикациях которых в качестве субъектов фигурируют: Правительство РФ, Госдума РФ, Министерство финансов РФ, Пенсионный фонд РФ. Также для анализа коммуникации ПФР и населения в качестве источника был выбран сайт Пенсионного фонда РФ. Для анализа публикаций в СМИ также была использована система мониторинга СМИ «Медиалогия».

Литература представлена работами как российских так и зарубежных авторов. Для рассмотрения понятия “государственный PR” были изучены работы Комаровского В.С. (Государственная служба и СМИ), Глазуновой Н.И. (Система государственного управления), Чумикова А.Н. (Связи с общественностью: теория и практика). Для рассмотрения различных определений понятия “стратегические коммуникации” были рассмотрены работы Яковлева И.П. (Стратегические коммуникации), Ансоффа И. (Стратегический менеджмент), Гавры Д.П. (Основы теории коммуникации), Зуб А.Т. (Стратегический менеджмент).

Методология исследования. Для достижения поставленной цели и проведения исследования были задействованы следующие методы:

- Сопоставительно-сравнительный метод - для работы с различными определениями теоретических понятий.
- Аналитический метод - для выявления технологий продвижения государственных решений.
- Исторический метод был применен для изучения проведения пенсионной реформы на разных этапах.
- Контент-анализ был взят за основу при работе с публикациями средств массовой информации, для выявления ключевых сообщений, их количества, тональности, значения медиаиндекса и определения приоритетных типов СМИ.
- Метод вторичного статистического анализа отчетов информационно-аналитической системы «Медиалогия».
- Метод кейс-стади для изучения особенностей взаимодействия

государства и СМИ при продвижении этапа пенсионной реформы, связанного с принятием решения о заморозке накопительной части пенсии.

Теоретическое значение исследования обусловлена тем фактом, что работа посвящена не столько проведению реформы, сколько конкретным коммуникативным действиям, направленным на продвижение данной реформы. В рамках исследования даются системы стратегических коммуникаций органов власти при продвижении реформ, предполагающих развитие комплексного подхода к пониманию коммуникаций. Практическое значение работы заключается в том, что в ее рамках предполагается анализ коммуникаций органов государственной власти при продвижении принимаемых решений, направленных на информирование целевых групп общественности и создание положительного имиджа органов власти, позволяющих в итоге уменьшить количество неинформированных и негативно настроенных граждан.

Логика исследования обозначила структуру работы, состоящей из введения, двух глав, заключения, списка источников и литературы.

В первой главе определяются понятия “государственный PR”, “стратегические коммуникации”, выявляются технологии продвижения решений, принимаемых органами государственной власти, стейкхолдеры стратегических коммуникаций органов государственной власти и формируется система коммуникаций органов государственной власти.

Во второй главе проводится исторический обзор пенсионной реформы, анализируется социально-экономический бэкграунд текущего этапа реформы (начиная с 2012 года), проводится анализ ключевых сообщений по теме пенсионного реформирования (а именно — по вопросу повышения пенсионного возраста и заморозки накопительной части пенсии) в средствах массовой информации, исходя из их количества, тональности сообщений, медиаиндекса и заметности, а также проводится более детальный анализ сообщений СМИ разной политической направленности, посвященных

анонсированию пенсионного моратория.

На защиту выносятся следующие положения:

- 1) Для выявления роли и значения стратегических коммуникаций органов государственной власти при продвижении реформ необходим комплексный подход к пониманию данных коммуникативных взаимодействий. Для этого необходимо построение системы стратегических коммуникаций.
- 2) коммуникации, связанные с принятием законопроектов, федеральных органов государственной власти и подведомственных организаций посредством федеральных СМИ имеют наибольший «удельный вес» в вопросах информирования населения и поддержки положительного имиджа государственной власти. Критериями оценки эффективности этих коммуникаций могут выступать количественный параметр, тональность публикаций, а также уровень информированности и положительного/негативного отношения населения, оцениваемый посредством проведения социологических опросов;
- 3) тональность публикаций СМИ, связанных с реформированием пенсионной системы, имеет положительную динамику в течение периода с 2012 по 2016 год в отношении наиболее упоминаемых органов власти (Правительства РФ, Госдумы РФ, Министерства финансов РФ, Пенсионный фонд РФ), что связано с эффективной работой пресс-служб органов власти по взаимодействию со средствами массовой информации, исключившей коммуникационные «шумы» и негативные трактовки государственных решений.



# **1. Стратегические коммуникации органов государственной власти: теоретические аспекты**

## **1.1. Государственный PR и антикризисное управление: теоретические аспекты**

Связи с общественностью в органах государственной власти — динамично развивающееся направление PR. На разных уровнях специалисты в этой области работают с группами общественности: на локальном уровне они появляются в районных судах, органах местного самоуправления, медицинских учреждениях и т. д., на федеральном — формируются огромные отделы с десятками и даже сотнями сотрудников.

Государство сейчас представляют уже не только органы государственной власти, но и бюджетные и коммерческие структуры, принадлежащие ему. Таким образом и понятие государственного PR становится шире, и теперь включает и связи с общественностью органов власти, и связи с общественностью ассоциированных с государственным бюджетом организаций, способствующих реализации государственных функций.

Однако несмотря на все перемены и развитие этой сферы, ядром государственного PR по-прежнему остаются связи с общественностью органов государственной власти.

В общем смысле государственный PR — это создание и поддержание эффективной коммуникационной среды, способствующей достижению и решению стоящих перед государством целей и задач. Основу различий управления в бизнесе и государственном секторе достаточно ясно изложил американский политолог Дж.Гордон: «если в частном секторе эффективность управления измеряется прибылью или её отсутствием, то в государственном управлении — политической поддержкой граждан или отсутствием таковой».

Это действительно важный момент, так как участие граждан в государственном управлении — неотъемлемый атрибут демократического

общества. Государственная структура не может самовольно устанавливать свои правила в отношениях с общественностью, не прислушиваясь к их мнению, она не может принимать управленческие решения без сотрудничества со стороны граждан и их объединений.

В отличие от коммерческих структур государство в большей степени зависит от граждан. Несмотря на всю зависимость от мнения граждан, государство всё же значительно превосходит их объединения по своим ресурсам. Именно это позволяет властным структурам получать превосходство и становится проблемой для гражданских институтов, стремящихся к равноправному диалогу.

По мнению философа Эмиля-Огюста Шатье («Гражданин против властей» (*Citoyen contre les pouvoirs*, 1926), наиболее эффективной властью является такая, которая получает одобрение свободного человека. Способствование одобрению гражданами действий и проводимой политики государственных структур, поддержка властей действиями граждан есть главная цель и критерий эффективности работы PR-служб государственных органов в демократическом обществе. Но все вышеперечисленные позитивные моменты во взаимодействии граждан и государства могут быть осуществлены только в условиях сбалансированной двусторонней связи.

Как только появляется зависимость госструктур от общественного мнения, появляется и необходимость в формировании их позитивного имиджа в глазах граждан, в контроле над той информацией, которая поступает во внешний мир, в использовании PR и рекламы для достижения этих целей. С развитием технологий расширилось поле присутствия государственных органов в интернете, что также повлияло на отношения государства и общества.

В связи с этим, по мнению Ильи Быкова<sup>4</sup>, основополагающими

---

<sup>4</sup> Быков И. А., Побединский И. М. Государственный PR в современной России // Государственный PR и Government Relations в России и Беларуси: основные тенденции: монография / под ред. В. В. Грибанова, И. В. Сидорской, И. А. Быкова. Сыктывкар: Изд-во СГУ им. Питирима Сорокина, 2015. С. 80

направлениями деятельности в государственном PR принято считать:

- 1) media relations;
- 2) непосредственная работа с группами общественности;
- 3) специальные мероприятия;
- 4) внутрикорпоративные коммуникации.

Важность отношений государственных структур со СМИ очевидна: современная политическая коммуникация осуществляется преимущественно через этот канал. Опосредованная политическая коммуникация стала центральной для политики и общественной жизни в демократических обществах<sup>5</sup>. Государственные структуры теперь не могут вести полноценную деятельность без использования медиа: «Коммуникация может придавать форму власти и политическому участию как с негативной стороны, скрывая мотивы и интересы, стоящие за политическими решениями, так и с позитивной стороны, способствуя вовлечению людей в процесс их принятия»<sup>6</sup>. Увеличение роли медиа достигается путём развития политической коммуникации за счёт профессионализации специалистов по связям с общественностью, пресс-секретарей, спин-докторов, вовлеченных в процесс новостного менеджмента.

Важным моментом здесь является взаимодействие институциональных акторов с журналистами. Г. Брум, Ш. Кейси и Дж. Ритчи сформулировали трехступенчатую модель взаимодействия:

- 1) вначале возникает связь, когда оба актора обладают взаимными ожиданиями, взаимными опасениями и взаимной верой в необходимость совместной работы;
- 2) далее - обмен, коммуникация и другие формы взаимодействия;
- 3) и на выходе - последствия взаимоотношений (достижение цели, поведенческие изменения, снижение независимости).<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Bennett L., Entman R. Mediated Politics. Communication in the Future of Democracy. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

<sup>6</sup> Там же, С.2.

<sup>7</sup> Broom G., Casey S., Ritchey J. Toward a Concept and Theory of Organization-Public Relationships // Journal of Public Relations Research. 1997. Vol. 9. № 2. P. 83-98.

Взаимоотношения журналиста и актора формируется посредством взаимной адаптации, где взаимные потребности являются основой для взаимодействия. Но среди исследователей бытуют разногласия по поводу того, кто контролирует данное взаимодействие. С одной стороны, справедливо утверждение, что именно журналисты контролируют коммуникацию, редактируя предоставленную источниками информацию соответствующим образом. С другой стороны, именно источники обладают этой самой информацией и имеют возможность ею распоряжаться. К тому же возможно и такое: после редактирования информации каким-либо изданием статья отсылается обратно источнику для согласования и последующей публикации. В российской практике имеет место именно этот вариант. Институциональные акторы предоставляют информацию для выхода в пространство медиа, журналисты готовы предоставить доступ к этому пространству, но в обмен на качественную информацию. Таким образом происходит обмен ресурсами, где результатом является повышение публичности и акторов, и журналистов: первые доносят информацию до целевых групп общественности, улучшая свой имидж, вторые получают большую узнаваемость.

В повседневной практике органов государственной власти функции спин-доктора выполняют пресс-секретари, менеджеры по коммуникациям, советники по СМИ или отделы по связям с общественностью в целом. Государственный спин-докторинг вообще вырос из практики ведения избирательной кампании. В силу усиливающейся модернизации и профессионализации ведения политической кампании сложилось несколько важных тенденций:

- 1) планирование, контроль коммуникаций политической кампании (как часть коммуникационной стратегии);
- 2) привлечение к работе экспертов по связям с общественностью, маркетингу и рекламе, ведь только они способны разработать и реализовать коммуникационную стратегию.

Основной задачей спин-доктора является подбор соответствующей

интерпретации новости. Журналист доверяет ему как обычному источнику информации, вследствие чего и угол зрения, под которым рассматривается какое-либо явление или событие новости, остаётся такой, какой её предложил спин-доктор. Это относится не только к подаче позитивных новостей, но и к нивелированию эффекта негативных. Правильная интерпретация способна «сгладить» все «острые» моменты.

Также в задачи спин-доктора входит информирование всех членов государственной института о декларируемой и одобряемой линии по конкретному событию, о принципах, пропагандируемых каким-либо органов власти.

В отечественной литературе выделяют несколько проблем, связанных с деятельностью пресс-служб в государственных структурах. Первая связана с общим падением уровня компетенций при движении от федерального уровня власти к региональным (зачастую на федеральном уровне пресс-секретари сами становятся ньюс-мейкерами, на региональном — становятся посредниками между первыми лицами и СМИ). Вторая проблема связана с информационной политикой в РФ вообще. Виды информационной политики выделяют по степени полноты и доступности данных организации для представителей СМИ:

- 1) закрытости и повышенной секретности;
- 2) реактивной открытости (вынужденное ситуацией открытие информации);
- 3) систематической открытости.

Политика реактивной открытости является менее затратной альтернативой систематической открытости.

Основная цель медиарилейшнз - «регулярная связь с средствами массовой информации, наличие открытых и доброжелательных отношений с медиасообществом, создание положительной репутации в среде журналистов»<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Чумиков А. Н., Бочаров М. П. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов. М.: ИНФРА-М, 2013. С. 129

Данное определение отлично согласуется только с политикой систематической открытости. Данный вид информационной политики является необходимой базой для долгосрочного влияния на общество и поддержки политических акторов. В свою очередь, основой этого влияния является убеждение, которое применяется для:

- 1) изменения враждебных общественных настроений;
- 2) выявления скрытых мнений и положительных установок;
- 3) поддержания позитивных мнений.

Комаровский в книге «Связи с общественностью в политике и государственном управлении» обосновывает вывод о необходимости проведения открытой и честной информационной политики следующим утверждением: «долгосрочной стратегической целью государственной информационной политики России должно стать формирование открытого информационного общества, что с учетом глобальных тенденций развития мирового сообщества является необходимым для ее социально-экономического, культурного и политического развития и сохранения статуса мировой державы»<sup>9</sup>. Понятно, что существующие условия труда определяют приёмы и методы работы, и акцент на мировых стандартах не может в данном случае являться действенным. Увы, в российских реалиях внушительное распространение получили методы реактивной открытости с некоторыми элементами вроде частичной правды или «черного» PR.

Особое значение приобретает коммуникация государства и общества посредством средств массовой информации в период кризисных ситуаций. Когда наступает кризис, есть два варианта: либо обеспечить ведомству информационную изоляцию, и таким образом позволить прессе самостоятельно интерпретировать ситуацию, либо рассказать о проблеме от «первого лица», в своей трактовке. При выборе второго варианта важно представить информацию так, чтобы она была понятна и доступна для тех,

---

<sup>9</sup> Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под общ. ред. В. С. Комаровского. М.: РАГС, 2001. 116 С.

кому адресовано сообщение.

Государство подвержено рискам гораздо более серьёзным и частым, чем коммерческие структуры. Причины кризиса делятся на объективные, связанные с циклическими потребностями модернизации и реструктуризации, и субъективные, отражающие ошибки и волюнтаризм в управлении, а также природные, характеризующие явления климата, землетрясения и др. Основная часть исследований на тему антикризисных коммуникаций касается бизнес-структур, однако их можно адаптировать к деятельности органов государственной власти, что и проделано в данном разделе.

Причины кризиса могут быть как внутренними, так и внешними. Первые связаны с внутренними конфликтами, несовершенствованием управления, недовольством общества проводимой политикой. Внешние же причины связаны с тенденциями и стратегией макроэкономического развития, развития мировой экономики, конкуренцией на мировом рынке, внешней и внутренней политикой государства.<sup>10</sup>

А. С. Ольшевский представляет свою типологию кризисов для бизнес-структур, однако, если ее немного адаптировать, то данную типологию можно применять и государственным структурам:

- природные: последствия стихийных бедствий, климатических изменений и т. п.
- законодательные: принятие нормативно-правовых актов, которые могут вызвать недовольство групп общественности, которых они затрагивают.
- региональные: коллизии в принятии нормативно-правовых актов на федеральном уровне и в регионах, борьба регионов за собственную независимость.
- политические: смена ключевых политических фигур, вероятно, в первую очередь касается рисков во внешней политике.

---

<sup>10</sup> Коротков Э.М. Антикризисное управление. ИНФРА. URL: <http://uchebnik-online.com/125/230.html>

- глобальные: военные конфликты, изменения международных отношений и т. п.
- индивидуально-обусловленные: кризисы, касающиеся отдельного должностного лица, также являющегося частью государственных структур.
- персональные.<sup>11</sup>

В ситуации принятия непопулярных реформ остро встаёт вопрос разрешения кризисов-конфликтов, понимаемых как динамический тип социальных взаимоотношений, произрастающих из потенциально возможных или реальных столкновений субъектов на почве тех или иных противоречиво осознаваемых предпочтений, интересов или ценностей<sup>12</sup>. Так, в демократических государствах любые выборы органов власти воспринимается как явление перманентно кризисное и конфликтное. В функциях проблемного управления (issues management) Чумиков и Бочаров относят исследование и анализ с точки зрения кризисных последствий, относящихся к:

- 1) негативным общественным тенденциям, представляющих угрозу репутации и прибыли организации (проведения непопулярных реформ);
- 2) нейтральным тенденциям (например, реорганизация каких-либо процессов без изменения их сути);
- 3) положительным тенденциям (проведение благоприятных реформ в ущерб интересам других групп общественности).

Чумиков и Бочаров выделяют состоящий из двух тематических блоков инструментарий, позволяющий работать с кризисами-конфликтами. Первый блок - комплексные циклы действий двух видов, заключающихся (в первом

---

<sup>11</sup> Ольшевский А.С. Антикризисный PR и консалтинг. URL: <http://evartist.narod.ru/text4/26.htm>

<sup>12</sup> Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: Учеб. пособие. - М.: Дело, 2004. 338 С.



случае) в:

- 1) Институализации конфликта-кризиса (т.е. установлении правил и норм разрешения конфликта);
- 2) Легитимации (выяснении добровольной готовности участников конфликта к соблюдению предложенных правил);
- 3) Структурировании конфликтующих групп;
- 4) Редукции конфликта.

Второй вид цикла предусматривает такие этапы, как:

- 1) прогнозируемые сложности (составление баз данных по возможным проблемам);
- 2) тестирование опасности (проверка конфликтных гипотез);
- 3) нейтрализация конфликтного потенциала (разработка коммуникационной стратегии, создание и распределение соответствующих информационных потоков).

Второй тематический блок управления конфликтами включает локальные приёмы и механизмы, из которых выделяют:

- 1) Устранение нежелательной оппозиции;
- 2) Позитивная компенсация;
- 3) Принцип наименьшего вреда по сравнению с наибольшим;
- 4) Упреждающее обострение проблемы;
- 5) Контратака;
- 6) Перевод «стрелки» конфликта в другую сторону;

7) т. н. «Кто нам мешает, тот нам поможет»;

8) «Хвали и Сравнивай»;

9) Псевдоконфликты.

Комплексные циклы действий и локальные приёмы позволяют каким-либо структурам (политическим, экономическим) эффективным образом противостоять конфликтам-кризисам.

В ситуации кризиса возникает повышенный интерес общественности к событию, и средства массовой информации разворачивают бурную деятельность по выяснению полной картины кризисного события. В этот момент важно не допустить возникновения недостатка информации и привлекать известных, вызывающих доверие экспертов и политиков для комментариев к происходящим событиям.

Связь с общественностью в системе антикризисных коммуникаций должна осуществляться на основе доверия. Получатель информации должен верить информатору и считать его экспертом в излагаемых вопросах. Содержание информации должно объективно отражать ситуацию и стремиться наилучшим образом удовлетворить интерес потребителя информации. Информация должна передаваться в простой и ясной форме, смысл должен одинаково пониматься и источником информации, и получателем. Освещение кризисной ситуации требует непрерывности, систематичности и повторяемости. Для полного восприятия, а значит и убедительности обращения должны постоянно повторяться. Для передачи информации используются обычные коммуникационные каналы.

Такого рода действия позволяют уменьшить негативную реакцию, сохранить, насколько возможно, а затем и укрепить позитивный имидж организации или проекта в глазах его персонала, партнеров и потребителей товаров и услуг, общественности.

Важно не только верно составить сообщение для групп общественности,

но и проводить комплексную работу, которая должна включать в себя:

- сбор информации;
- оценку информации;
- разработку коммуникационных стратегий;
- организацию взаимодействия с населением;
- налаживание взаимодействия с сотрудниками;
- упрочение отношений с коммерческими структурами;
- поддержание отношений со СМИ;
- корректировку дезинформации.

В данном исследовании в первую очередь нас интересует процесс принятия реформ как кризис в отношениях государства и общества. Непопулярные решения, без сомнений, вызовут недовольство. Оформление сообщений может оказать решающее воздействие на восприятие этого решения обществом и дальнейшее формирование общественного мнения.

## **1.2. Стратегические коммуникации: специфика. Система стратегических коммуникаций органов государственной власти при продвижении реформ**

Известный политолог Роберт Даль отмечает, что коммуникационные технологии играют ключевую роль в создании «развитого демократического общества»<sup>13</sup>, в котором политика правительства определяется исключительно мнением народа. Среди нескольких концепций, положенных в основу анализа новой роли государства в управлении общественными делами, взаимосвязи политики и управления с позиций задач стратегических коммуникаций можно

---

<sup>13</sup> Dahl R. A Democracy and its Critics. N.Y., 1989.

выделить теорию политических сетей (policy network)<sup>14</sup>. В рамках теории говорится о публичном управлении как о единственной возможности эффективного решения общественных задач, т.е. теория фактически описывает совместное действие государства и общества.

С точки зрения задач и принципов стратегических коммуникаций, теория политических сетей интересна включенностью граждан в государственное управление в качестве равноправных партнеров, которое предполагает процессы взаимной коммуникации, истинного диалога, совместно выработанной договоренности, взаимодействием властных и общественных структур в процессах государственного управления, решении тех или иных конкретных задач.<sup>15</sup>

Е. Тарашвили также формулирует стратегию коммуникаций общества и государства как основывающуюся на понятии «*взаимодействие*». В широком значении, взаимодействие государства с общественными структурами, по мнению Е. Тарашвили, отражено через такие формы как поддержка, взаимодействие, право на получение информации, учет мнений и предложений, привлечение к участию при подготовке решений, привлечение к работе в государственных органах, наделение контрольными полномочиями.<sup>16</sup>

Теория коммуникации рассматривает совместную деятельность власти и населения по формированию единого информационного пространства социально-экономических проблем, путей их решения как результат мультинаправленной коммуникации. При этом прогресс общества связывается с изменением коммуникационного пространства в сторону усиления транзакционных социальных коммуникаций, где происходит многоразовое попеременное выступление каждого участника в роли коммуниканта и реципиента.<sup>17</sup>

---

<sup>14</sup> Управление общественными отношениями: Учебное пособие /Под ред. В. С Комаровского. М., 2003.

<sup>15</sup> Управление общественными отношениями: Учебное пособие /Под ред. В. С Комаровского. М., 2003.

<sup>16</sup> Тарашвили Е. Связи с общественностью в государственных структурах. Международный пресс-клуб, 2008. С. 14.

<sup>17</sup> Яковлев И. П. Основы теории коммуникаций: Учеб. пособ. - СПб.: Изд-во Института управления и

Причем коммуникация в данном случае не сводится лишь к «информированию» при соблюдении закона «информационного равенства», в котором посланная руководством страны информация воспринимается гражданами адекватно, без ошибок и неприятных последствий, а дополняется воздействием на людей с целью убеждения в правильности намеченной концепции и подталкиванием к личному участию граждан в реализации намеченных планов.<sup>18</sup>

В теории коммуникации стратегическое прогнозирование и планирование приобретает особую важность, интегрируя в систему знаний о важных и перспективных проблемах социального управления.

Интересным, на наш взгляд, в определении коммуникации по важным и долговременным вопросам развития страны, региона или организации является термин «*стратегические коммуникации*»<sup>19</sup>, предложенный И. П. Яковлевым. Автор ссылается в своём исследовании на то, что в теории коммуникации и связей с общественностью до сих пор не проведено достаточно четкого разделения между оперативными и стратегическими коммуникациями, поскольку коммуникация как всякая целесообразная деятельность предполагает подчинённость оперативных мер долгосрочным планам организации, в силу чего оперативные средства во множестве случаев приобретают статус стратегических. Яковлев выделял несколько важных элементов стратегических коммуникаций:

- 1) стратегические коммуникации основываются на системном подходе и анализе двух типов систем («закрытых» и «открытых»), определяющий стиль поведения, управления и коммуникации;
- 2) стратегические коммуникации легко определить, проведя разграничение тактических и стратегических коммуникаций;
- 3) центральные вопросы стратегических коммуникаций — миссия, видение,

---

экономики, 2001. С. 20 – 21.

<sup>18</sup> Яковлев И. П. Экономические проблемы регионов и отраслевых комплексов // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 2 (42). С. 311.

<sup>19</sup> Яковлев И. П. Стратегические коммуникации СПб., 2006. С. 7

философия, цель и комплекс мер по адаптации к среде в процессе её реализации;

4) стратегические коммуникации связаны с разработкой и информационным сопровождением процесса реализации миссии и стратегии (с управлением имиджем, репутацией, брендом организации, города, региона, страны с помощью корпоративных и общественных средств массовой информации;

5) в круг вопросов СК входят формирование символики, корпоративной культуры и распространение с помощью системы коммуникаций идентификационного профиля организации;

6) стратегические коммуникации включают все виды коммуникаций.<sup>20</sup>

Эффективный диалог «власть-общество» должен предполагать не только адаптацию ключевых сообщений для каждой группы общественности с учетом возросшей роли общественного мнения, но и появление ответственного индивида, способного и готового к принятию комплексных решений, связанных с проблемами общества, определением векторов развития страны. Подобная вовлеченность индивида говорит о его заинтересованности и мотивированности.

Профессор права Джорджтаунского университета Роза Брукс считает, что целью стратегических коммуникаций является не просто формирование мнения, чувства и ощущения у аудитории, сколько стимулирование к действию. В случае успеха, эти действия дадут человеку уверенность в принятых решениях, превратятся в продолжительные привычки. Подобных взглядов придерживаются Д. Бернет и С. Мориарти, формулируя «модель иерархии результатов». Модель предлагает оценивать результат коммуникативного воздействия по трем основным «ступеням» оказываемого воздействия, сформулированным исходя из применяемой коммуникативной технологии (модель AIDA: «осведомленность – интерес – желание –

---

<sup>20</sup> Там же, С. 17.

действие», модель «думать – чувствовать – делать», модель FCB, модель доменов – «одновременное воздействие на восприятие, обучение и убеждение потребителей»<sup>21</sup>): информирование, формирование отношения, формирование поведения, закрепление поведения как высшая степень коммуникативного воздействия.

Таким образом, стратегические коммуникации наряду с реализацией уровня «информирование» посредством СМИ, интернета, новых социальных медиа, должны использовать методы убеждения, пропаганды, стимулируя к действиям, потому что только закрепление в действии даст человеку уверенность в принятых решениях и превратит действие в продолжительную привычку.

Д. П. Шишкин, Д. П. Гавра, С. Л. Бровко предлагают классифицировать целенаправленную, системно организованную и завершенную совокупность действий и PR-мероприятий, объединенную общим стратегическим замыслом, направленную на решение конкретной проблемы<sup>22</sup> как PR-кампанию. Авторы выделяют этапы коммуникативной стратегической деятельности:

- этап исследования и постановки проблемы;
- этап планирования;
- этап организации коммуникаций;
- этап оценки эффективности.

*Первый этап* включает в себя формулирование целей кампании, задач, методов исследования (интервью, количественные и экспертные опросы, фокус-группы, контент-анализ и т.д.), необходимых в рамках планирования. Авторы предлагают критерии по определению типа PR-кампании:

- критерий масштаба: локальные, региональные, межрегиональные, национальные или федеральные, транснациональные и глобальные;

<sup>21</sup> Бернет Д., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: Интегрир. подход. М.; СПб.; Харьков; Минск, 2001. С. 160–162.

<sup>22</sup> Шишкин Д.П., Гавра Д.П., Бровко С.Л. PR-кампании: методология и технология. СПб., 2004. С. 75.

- критерий длительности: краткосрочные (до 1 месяца), среднесрочные (от 1 до 3 месяцев), долгосрочные (от 3 месяцев до 1 года), сверхдолгосрочные (больше 1 года), стратегические (больше 5 лет);
- критерий типа технологического субъекта: автономные (реализуемые самой организацией), неавтономные (осуществляют PR-агентства);
- критерий характера оптимизации PR-деятельности: ресурсно оптимизированные, темпорально оптимизированная, оптимизированная по эффекту;
- критерий характера реализуемых PR-операций и избранной стратегии: высокоинтенсивные (реализуемые жестко и в короткий срок), неинтенсивные (реализуются продолжительное время и более мягко, незаметно для общественности);
- критерий стратегической цели: направленные на информирование, убеждение или изменение поведения групп целевой общественности;
- критерия организации кампании: полного цикла (включающие все четыре этапа), неполные (содержащие менее четырех этапов).<sup>23</sup>

*Второй этап* характеризуется стратегическим и тактическим планированием PR-кампании:

- выявляются основные целевые группы общественности, происходит расстановка приоритетов в работе с ними;
- определяются ключевые каналы коммуникации;
- формулируются цели и задачи программы, происходит корректировка для каждой целевой группы;
- перечисляются основные виды, количество необходимых PR-мероприятий;

---

<sup>23</sup> Шишкин Д.П., Гавра Д.П., Бровко С.Л. PR-кампании: методология и технология. СПб., 2004. С. 76.



- определяются сроки, последовательность действий, составление календарного плана;
- определяются ресурсы, их лимит;
- формулируются риски и угрозы;
- определяются критерии достижения цели и параметры оценки эффективности.

*Третий этап* состоит в непосредственной реализации коммуникативной деятельности. Специалисту по связям с общественностью необходимо не только следовать плану, но и контролировать ход, оперативно реагируя на внештатные ситуации.

*Четвертый этап* предполагает оценку эффективности действий проведенных мероприятий. О. Г. Филатова отмечает, что есть ряд вопросов, связанных с оценкой эффективности, на которые необходимо было ответить еще на этапе планирования: «Какие будут необходимы количественные и качественные показатели выполнения? Мониторинг каких СМИ необходимо будет провести и за какой период? Анализ каких сайтов, блогов, социальных сетей будет необходимо провести? Необходим ли опрос экспертов? Если да, то каковы критерии отбора экспертов? Необходимо ли проведение фокус-групп? Если да, то сколько и среди кого? Необходимо ли обращаться в специализированную исследовательскую компанию для оценки эффективности?»<sup>24</sup>

Также автор резюмирует важность такого исследовательского метода как «пресс-клиппинг – сбор материалов интернет-ресурсов. Этот инструмент позволяет корректировать стратегию, дает представление об эффективности осуществленных мероприятий для прессы».<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Филатова О.Г. Социальная реклама и PR-поддержка программ развития информационного общества. СПб., 2013. С. 43.

<sup>25</sup> Там же. С. 44.

О. Г. Филатова в книге «Социальная реклама и PR-поддержка программ развития информационного общества» подчеркивает преимущество интернета перед другими СМИ. Основная ценность состоит в интерактивности, т.е. взаимодействии и обратной связи между сотнями пользователей, отсутствии посредников как возможности прямого доступа власти к гражданам и наоборот.<sup>26</sup>

Подчеркивая усиление коммуникационного взаимодействия источника и реципиента в связи с активным использованием интернета, автор учебного пособия «Основы теории коммуникации» Яковлев констатирует процесс перехода от линейных коммуникаций, сводящихся к одностороннему информированию аудитории, к интерактивности, которую можно назвать глобальной инновацией, ведущей к качественным изменениям коммуникации в современном обществе.

Нужно отметить важные цели этапа оценки эффективности, которые состоят в необходимости соответствия формы и содержания коммуникаций, морально-этическим нормам общества, требованиям государственного и профессионального регулирования, а также в определении эффективности расходовании финансовых средств.

Теоретики PR констатируют тенденции изменения технологии взаимодействия гражданина и власти: коммуникации сегодня становятся не просто важным элементом формулирования и реализации политики, они становятся реальным элементом ее осуществления.<sup>27</sup> Особую актуальность эти тенденции приобретают в век преобладания информационной составляющей деятельности людей: информация и знания становятся основными продуктами производства и потребления, потому возникает необходимость в государственном управлении, которое будет устанавливать правила и нормы,

---

<sup>26</sup> О. Г. Филатова, Социальная реклама и PR-поддержка программ развития информационного общества, СПб, 2013. С. 10.

<sup>27</sup> PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. М., 2001. С. 16.

управлять в определенных сферах жизни, но, в первую очередь, будет создавать благоприятные условия и поддерживать социальные дискуссии, вовлекая общественность в управление государством, участвуя в разработке программ развития страны.

Понимание необходимости налаживания двухсторонней коммуникации с гражданами, общественными структурами в процессе разработки и внедрения стратегий развития государства продиктовано стремлением донести до целевых групп основную социальную цель нововведений, необходимости убеждения граждан в правильности намеченных планов и действий, вовлечении граждан к управлению государством. Все они являются признаком демократии участия.

И. Масуда, развивая концепцию демократии участия, выделяет *шесть ее базисных принципов*:

- в процессах принятия решений должно участвовать как можно больше граждан;
- основными особенностями выработки политических решений признаются добровольное участие в решении общих проблем и готовность жертвовать своими интересами;
- для обоснованного принятия политических решений необходима доступность всей нужной информации широким массам населения;
- честное распределение полученной выгоды и доходов между всеми гражданами;
- решение политических вопросов следует искать путем убеждения и достижения общего согласия;
- принятое решение должно реализовываться путем совместных действий, сотрудничества всех граждан.<sup>28</sup>

А.В. Манойло, А.И. Петренко, Д.Б. Фролов относят участие в

---

<sup>28</sup> Воронина Т. П. Информационное общество: сущность, черты, проблемы. М., 1995. С. 25.

демократизации государственного управления и содействие становлению гражданского общества к основным функциональным задачам системы госуправления.<sup>29</sup>

Государственное управление в современной России основывается на двух главных факторах: рыночная экономика и демократические принципы управления.

Единую систему осуществления государственной власти в Российской Федерации составляют государственные органы, под которыми понимается совокупность федеральных, региональных и местных органов государственной власти.

Государственные органы, представляя собой относительно самостоятельные, структурно обособленные звенья государственного аппарата, образуют систему, которая зиждется на конституционно закрепленных принципах.

Важным признаком государственных органов является наличие у них государственно-властных полномочий, которые предусматривают четкое разграничение прав, полномочий, санкций, контроля и форм ответственности.

Мы можем выделить следующие цели стратегических коммуникаций органов государственной власти и гражданского общества:

- установление, поддержание, расширение контактов с гражданами;
- своевременное информирование общественности о принимаемых решениях. На данном этапе особую важность приобретает соблюдение закона «информационного равенства» в коммуникации: посланная руководством страны информация должна восприниматься населением адекватно, иначе возможны ошибки и неприятные последствия;
- убеждение граждан в правильности намеченных планов и действий;

---

<sup>29</sup> Манойло А. В., Петренко А. И., Фролов Д. Б. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологических конфликтов высокой интенсивности и социальной опасности. М., 2004

- мониторинг общественного мнения;
- мониторинг реакции общества на действия должностных лиц, органов государственной власти;
- прогнозирование общественно-политических процессов с точки зрения предлагаемых инициатив;
- формирование личного участия граждан в реализации государственных инициатив;
- формирование положительного имиджа государственных услуг, структур, учреждений;
- корректирование концепций развития государства с учетом предложений граждан.

Подводя итоги, нам следует уяснить главную идею большинства авторов, что руководящим принципом стратегических коммуникаций должен стать партнерский диалог государства и общества. «В результате взаимодействия будет происходить изменение состояния не только объекта взаимодействия – состояния общественного мнения граждан, например, но и того субъекта, который вступает во взаимоотношения»<sup>30</sup>. Именно двустороннее симметричное коммуникационное взаимодействие может стать основой действительно правдивой, близкой к истине в рамках отношений государства и общества, стратегии развития, коммуникационной стратегии и, соответственно, даёт возможность чутко отслеживать настроение управляемых масс, анализируя и корректируя, с помощью определенных (в том числе стратегических) коммуникаций, поведение общества исходя из негативных или позитивных обстоятельств во внутренней или внешней среде государства, его имиджа и репутации.

При составлении системы стратегических коммуникаций за основу было взят тезис о том, что любые коммуникации, так или иначе, могут иметь статус

---

<sup>30</sup> Тарашвили Е. Связи с общественностью в государственных структурах. Международный пресс-клуб, 2008.

стратегических. В сущности, даже любые оперативные коммуникативные взаимодействия (в том числе и антикризисного плана) также могут являться стратегическими, поскольку в конечном счёте цель всех коммуникаций такого характера — недопущение незапланированного, и направлена она на достижение изначальных целей субъекта коммуникации, т.е. органов государственной власти

Исходя из разделения внешней и внутренней общественности (соответственно - внутренние и внешние коммуникации), деления на горизонтальную, вертикальную и диагональную коммуникации и понимания контактных групп органов власти, была составлена следующая система стратегических коммуникаций (Сх.1):



Сх.1. Система стратегических коммуникаций органов государственной власти

Внутренней общественностью органов власти являются:

1) Отдельные органы власти и управления разных уровней (речь идет не только о взаимодействии между равными по статусу органами

(горизонтальная коммуникация), но и о коммуникации органов разных уровней в том числе между, напр., Госдумой и отдельными министерствами, т. е. вертикальная коммуникация;

2) Подведомственные органы власти (подразумевает вертикальную коммуникацию, напр., министерство и федеральная служба);

3) Подведомственные организации (т.е. госкорпорации, фонды и т. д.)

С внешней общественностью у органов власти — диагональная коммуникация. Политические партии могут являться как внутренней, так и внешней общественностью. Также органы власти взаимодействуют с:

1) бизнесом (хозяйствующие субъекты, финансовые организации и т. д.);

2) населением (широкие слои или определенные целевые группы, затрагиваемые законопроектом);

3) общественными организациями (в т.ч. профсоюзами) и прочими организациями, отстаивающие интересы групп общественности.

Каждый элемент системы связан с другими и взаимодействует разными средствами коммуникации: коммуникации органов власти происходят с помощью средств массовой информации по разным каналам (ТВ, радио, интернет, печатные издания), наружной рекламы, а также посредством прямой коммуникации (работа с обращениями граждан в органы государственной власти и ведомства; встречи с целевыми группами общественности; проведение социальных опросов и пр.)

Данная система служит основой для составления системы стратегических коммуникаций при продвижении непосредственно

пенсионной реформы, являющейся объектом данного исследования. Но прежде необходимо обозначить текущую положение пенсионной системы РФ.

## **2. Анализ стратегических коммуникаций органов власти**



## **при продвижении пенсионной реформы**

### **2.1 Социально-экономический бэкграунд текущей ситуации**

В редакционной статье журнала «Экономическая политика»<sup>31</sup> был сформулирован вывод: нынешняя Россия - во многом результат деятельности реформаторов 1990-х гг. По мнению автора, именно способ проведения реформ, выбор экономической модели определил перспективы долгосрочного развития, кардинально изменив жизнь российского государства. Новые реалии жизни страны, выраженные в демократическом государственном управлении, рыночной экономике, процессах глобализации мирового сообщества<sup>32</sup>, сделали границы России открытыми, уничтожили цензуру, отвергли идеологию равенства, стали поддерживать частную инициативу. Конституцией 1993 года Россия стала определяться как социальное государство, представляющее всем гражданам равные гарантии.

Стремясь снизить негативное влияние рыночных преобразований, система социальной защиты выработала ряд мер поддержки населения, изменив подход к социальной политике в стране. С одной стороны, финансирование социальных программ становится одной из крупнейших статей бюджета, с другой, основной тенденцией социальной политики в условиях рыночно-ориентированной модели становится усиление тенденции рационализации ресурсов и приемов управления в социальной сфере.

В конце 1990-х годов вышел проект «Основные направления социально-экономического развития Российской Федерации на долгосрочную перспективу», в котором правительство сформулировало решение переложить ответственность за сохранение минимальных стандартов жизни на самих граждан:

- сокращение социального неравенства;
- доступность и бесплатность для всех граждан базовых

---

<sup>31</sup> Журнал «Экономическая политика». 2009. № 6. С. 5

<sup>32</sup> Марков А.А. Связи с общественностью в органах власти. М., 2014. С. 3.

социальных услуг, прежде всего, образования и здравоохранения;

- перераспределения социальных расходов государства в пользу самых уязвимых групп населения при одновременном сокращении помощи обеспеченным семьям;
- предоставление гражданам возможностей более высокого уровня социального потребления за счет собственных доходов.

Исследование М. Горшкова, проведенное в мае 2011 года, выявило негативное отношение россиян к социальным преобразованиям 1990-х гг.: доля россиян, которые считают, что реформы 1990-х гг. были проведены во благо страны составляет 6% населения. Люди признались, что не довольны качеством жизнью и не видят возможности каким-то образом повлиять на ситуацию за пределами непосредственного жизненного пространства. Исследование ВЦИОМ не столь категорично в выводах о негативной оценке населением социальной политики России.

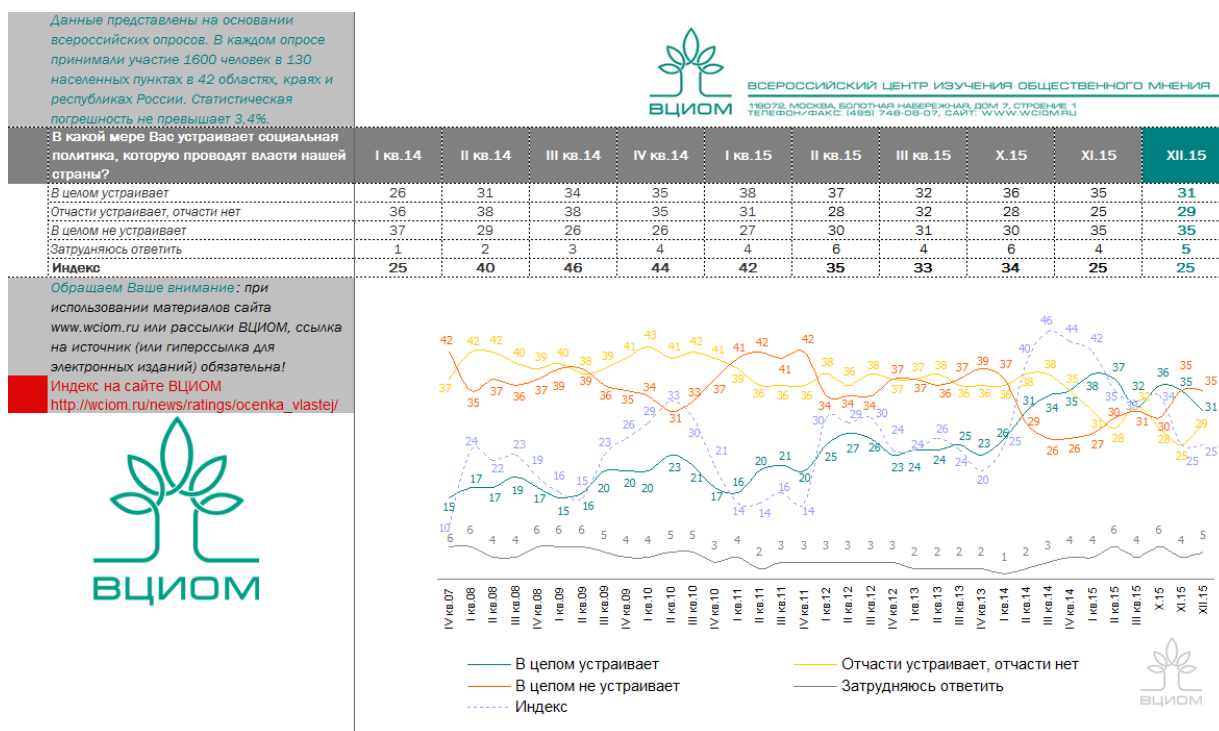


Таблица 1 – Данные исследования ВЦИОМ в России

На наш взгляд, расхождение данных можно объяснить разными основаниями исследований. Общественное мнение складывается под влиянием информационно-пропагандистской деятельности органов власти,

которая меняет ракурс значимости социальных проблем в соответствии с целями и интересами руководства страны. В результате данные опроса общественного мнения и статистические данные могут значительно отличаться, ведь то, что беспокоит людей лично, отличается от того, что, по их представлениям, значимо для страны в целом.

«Реформы дорого обошлись нашей стране: более двух третей всех причин нынешней депопуляции россиян связаны с резким ухудшением здоровья нации, снижением качества медицинского обслуживания, возвращением давно забытых болезней»<sup>33</sup>, Федеральная служба статистики начиная с 1995 года ежегодно фиксирует убыль населения России.

	Всего, человек			На 1000 человек населения <sup>1)</sup>		
	родившихся	умерших	естественный прирост <sup>2)</sup>	родившихся	умерших	естественный прирост <sup>2)</sup>
<b>Российская Федерация</b>						
1970	1903713	1131183	772530	14,6	8,7	5,9
1980	2202779	1525755	677024	15,9	11,0	4,9
1990	1988858	1655993	332865	13,4	11,2	2,2
1995	1363806	2203811	-840005	9,3	15,0	-5,7
2000	1266800	2225332	-958532	8,7	15,3	-6,6
2005	1457376	2303935	-846559	10,2	16,1	-5,9
2006	1479637	2166703	-687066	10,4	15,2	-4,8
2007	1610122	2080445	-470323	11,3	14,6	-3,3
2008	1713947	2075954	-362007	12,1	14,6	-2,5
2009	1761687	2010543	-248856	12,4	14,2	-1,8
2010	1788948	2028516	-239568	12,5	14,2	-1,7

Таблица 2. Динамика численности населения России

Проблемы в социальной сфере современной России, причины их возникновения, подробно освещаются в работе Н. П. Попова «Главные социальные проблемы России последнего десятилетия».

Первой проблемой, по мнению автора, является бедность населения.

<sup>33</sup> Симонян Р. Х. Реформы 1990-х годов и современная социальная структура российского общества.

**ЧИСЛЕННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ С ДЕНЕЖНЫМИ ДОХОДАМИ НИЖЕ ВЕЛИЧИНЫ  
ПРОЖИТОЧНОГО МИНИМУМА И ДЕФИЦИТ ДЕНЕЖНОГО ДОХОДА**

	Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума:		Дефицит денежного дохода:		Величина прожиточного минимума <sup>1)</sup> рублей в месяц; до 1998 г. – тыс. руб.
	млн. человек	в процентах от общей численности населения	млрд. руб. (до 1998 г. - трлн. руб.)	в процентах от общего объема денежных доходов населения	
1992	49,3	33,5	0,4	6,2	1,9
1993	46,1	31,3	4,3	5,4	20,6
1994	32,9	22,4	11,1	3,1	86,6
1995	36,5	24,8	34,9	3,9	264,1
1996	32,5	22,1	42,8	3,2	369,4
1997	30,5	20,8	46,2	2,8	411,2
1998	34,3	23,4	61,5	3,5	493,3
1999	41,6	28,4	141,3	4,9	907,8
2000	42,3	29,0	199,2	5,0	1210
2001	40,0	27,5	238,6	4,5	1500
2002	35,6	24,6	250,5	3,7	1808
2003	29,3	20,3	235,3	2,6	2112
2004	25,2	17,6	225,7	2,1	2376
2005	25,4	17,8	288,7	2,1	3018
2006	21,6	15,2	277,1	1,6	3422
2007	18,8	13,3	272,1	1,3	3847
2008	19,0	13,4	326,7	1,3	4593
2009	18,4	13,0	354,8	1,2	5153
2010	17,7	12,5	375,0	1,2	5688
2011	17,9	12,7	424,1	1,2	6369
2012	15,4	10,7	370,5	0,9	6510
2013	15,5	10,8	417,9	0,9	7306
2014	16,1 <sup>2)</sup>	11,2 <sup>2)</sup>	478,8 <sup>2)</sup>	1,0 <sup>2)</sup>	8050

*Источник: оценка на основании данных выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств и макроэкономического показателя денежных доходов населения.*

<sup>1)</sup> С 2000 г. изменена методология расчета величины прожиточного минимума. С 2005 г. изменен состав потребительской корзины для определения величины прожиточного минимума. С 2013 г. изменен порядок расчета величины прожиточного минимума.

<sup>2)</sup> Предварительные данные.

Таблица 3. Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума и дефицит денежного дохода

По итогам результатов мирового рейтинга Legatum Institute, в 2015 году по уровню жизни населения Россия заняла 91 место по соседству с Гватемалой и Лаосом. По данным Федеральной службы государственной статистики в 2014 году численность бедных в России неуклонно увеличивалась, достигнув к концу года цифры в 16,1 млн человек, что составляет 11,2% всего населения. За первый квартал 2015 года цифра выросла до 23 млн человек. В России уровень бедности определяется величиной прожиточного минимума на базе минимальной потребительской корзины. Необходимо также отметить большой разрыв между наиболее богатым слоем и самым бедным слоем, который составляет 15–20 раз. К основным причинам

бедности специалисты относят коррупцию и экономическую политику властного класса.

По мнению председателя Национального антикоррупционного комитета К. Кабанова, коррупция препятствует решению многих социальных проблем: вследствие коррупции половина социальной части бюджета страны идет не по назначению, что приводит к недофинансированию социальной политики. По данным Transparency International, по уровню коррупции Россия в 2008 году занимала 147-е место из 170. «Предполагалось, что молодые демократы наведут в России порядок, разработают соответствующую правовую систему и дадут зеленый свет рыночной экономике. Вместо этого они возглавили режим, который оказался одним из самых коррумпированных в истории человечества»<sup>34</sup>.

Не менее острыми социальными проблемами для России являются алкоголизм, наркомания, хронические неинфекционные заболевания. К ХНИЗ относятся болезни системы кровообращения (БСК), онкологические и хронические бронхо-легочные заболевания, сахарный диабет. По данным ВЦИОМ на БСК в России в 2014 году пришлось 50 % всех случаев смертности.<sup>35</sup> К причинам сложившейся ситуации авторы методического пособия «Профилактика неинфекционных заболеваний. Рекомендации.»<sup>36</sup> относят тяжелые социально-экономические потрясения, произошедшие в России в конце XX века.

В мае 2012 года Президентом РФ Правительству поручено, продолжая реализацию мероприятий по формированию у граждан здорового образа жизни, включающую в себя деятельность по противодействию потребления табака, профилактике алкоголизма и наркомании, популяризации спортивно-оздоровительных программ, культуре здорового питания к 2018 году обеспечить снижение смертности от ХНИЗ.<sup>37</sup> В конце 2012 г. создана

---

<sup>34</sup> Хлебников П. Крестный отец кремля Борис Березовский или история разграбления России. М., 2001.

<sup>35</sup> Сведения о смертности населения по причинам смерти по Российской Федерации. М., 2014.

<sup>36</sup> Бойцов С.А. Профилактика хронических неинфекционных заболеваний. Рекомендации. М., 2013. С. 5-6

<sup>37</sup> Указ Президента № 598 «О совершенствовании государственной политики в сфере здравоохранения» от

Правительственная комиссия по вопросам охраны здоровья граждан, которая призвана обеспечить согласованность действий в процессе разработки, реализации государственной политики в сфере охраны здоровья и формирования в России глобальной профилактической среды, руководствуясь «Государственной программой развития здравоохранения Российской Федерации», утвержденной распоряжением Правительства РФ № 2511-р от 24 декабря 2012 года.

Успех внедрения законодательных инициатив во многом зависит от своевременности принятия решений, системного подхода в реализации запланированных мероприятий в процессе взаимодействия с теми, кто так или иначе участвует в формировании новых отношений, норм, привычек в обществе, то есть с гражданами, общественными организациями, местными сообществами.<sup>38</sup>

В социальной политике России различаются такие типы планирования, как программа и проект. Программа рассматривается как комплекс мероприятий, разработанный, финансируемый и реализуемый на федеральном и региональном уровнях. Проект представляет ту же программу, но в меньших масштабах.

Программные документы национальной социальной политики имеют проектную структуру, содержат стратегические цели, основные направления их реализации, а главное – индикаторы достижения целей. Среди стратегических целей современной социальной политики – улучшение демографической ситуации, положение семей с детьми, детей, находящихся в трудной жизненной ситуации. Основным показателем, характеризующим уровень достижения поставленных целей, является число родившихся и умерших на 1000 человек. Более конкретными, тактическими задачами предусматривается, в частности, укрепление системы социальной защиты

---

7 мая 2012 г.

<sup>38</sup> Яковлев И. П. Экономические проблемы регионов и отраслевых комплексов // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 2 (42). С. 312.

семьи, обеспечивающей сохранение ребенка в семье, создание условий для комплексного развития и жизнедеятельности детей, попавших в трудную жизненную ситуацию. Эта задача подразумевает решения ряда проблем, или подзадач. По каждой проблеме предложен комплекс мероприятий.

Стратегические разработки в области социального развития страны начались задолго до переходного периода 90-х годов и продолжаются в настоящее время. В 1999 году В. В. Путин инициировал создание Центра стратегических разработок. В феврале 2001 года была опубликована «Концепция стратегического развития России до 2010 года».

В 2004 году под редакцией академика А. Г. Гранберга издана монография, авторского коллектива известных ученых и государственных служащих всех федеральных округов Российской Федерации<sup>39</sup>. Монография содержала представления о направлениях долгосрочного социально-экономического развития макрорегионов России.

5 сентября 2005 года Президент России Владимир Путин выдвинул на расширенном совещании с членами Правительства РФ, руководством Федерального Собрания и членами президиума Государственного совета Программу приоритетных национальных проектов. В качестве приоритетных направлений «инвестиций в человека» глава государства выделил сельское хозяйство, жилье, здравоохранение и образование.

21 октября был образован Совет при Президенте РФ по реализации приоритетных национальных проектов. Главой совета, согласно указу, является сам президент. Первым заместителем главы совета назначен Д. Медведев, заместителями главы совета стали вице-премьер А. Жуков и помощник президента И. Шувалов. В президиум Совета вошли главы аппарата правительства РФ.

По словам генерального директора Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) Валерия Федорова, результаты опросов в

---

<sup>39</sup> Стратегии макрорегионов России: методологические подходы, приоритеты и пути реализации / Под ред. А.Г. Гранберга. М., 2004.

2006 году показывают, что национальные проекты - это интересная населению инициатива государства, но люди относятся к ним с большой долей скепсиса. Такое мнение граждан, во многом, может быть продиктовано отсутствием диалога «власть-общество» как основного недостатка при разработке программ – «они создавались относительно узким кругом специалистов и чиновников без привлечения широких кругов общественности. Результат просто представлялся населению в виде текста в письменном виде или в выступлении официального лица»<sup>40</sup>.

8 февраля 2008 года Президент РФ В.В. Путин на расширенном заседании Государственного совета сформулировал стратегические идеи модернизации страны в рамках презентации «Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ до 2020 года» («Стратегия 2020»).

Принятая в 2008 году «Стратегия 2020» опиралась в прогнозах на динамику успешных 2000-х лет, и не предвидела кризиса 2008-2009 гг., который внес серьезные коррективы в стратегические планы страны. Кризис привел к резкому и глубокому падению экономических показателей и сделал невыполнимыми большинство количественных ориентиров первого этапа реализации Стратегии, который должен был охватить 2007-2012 года.

Подготовка нового варианта стратегии была начата в декабре 2010 года по распоряжению В. В. Путина. На площадках НИУ ВШЭ и РАНХиГС была создана 21 экспертная группа. Группы провели несколько сотен заседаний, обсуждений и дискуссий. В подготовке Стратегии участвовали представители общественности, экспертного сообщества. В работе над Стратегией 2020 приняли участие более 100 зарубежных экспертов, включая Энн Крюгер (бывший первый вице-президент МВФ), известного польского экономиста Марека Домбровского, Ричарда Болдуина (Graduate Institute в Женеве), Жерара Роланда (университет Беркли).

Каждая из групп регулярно проводила заседания, публиковала

---

<sup>40</sup> Яковлев И. П. Экономические проблемы регионов и отраслевых комплексов // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 2 (42). С. 312.



материалы на специально созданном сайте URL: <http://strategy2020>. Большинство заседаний проходило в открытом режиме.

Подобная диалогичность открытого процесса корректировки проектных документов была совершенно инновационная для Российской Федерации. «Опыт работы над разработкой вопросов стратегического развития страны свидетельствует о положительной и закономерной тенденции расширения и усиления интерактивной коммуникации власти, экспертов с общественностью страны и регионов»<sup>41</sup>.

Публичное обсуждение стало открытой рефлексией. Модель открытой рефлексии необходима там, где «величайшую важность приобретают проблемы равенства, соблюдения прав и нон-дискриминации»<sup>42</sup>. Отсутствие публичного обсуждения социальных проблем, по мнению Н. П. Попова, явилось главной причиной их нерешения.

Реализация социальных программ имеет дуалистическую природу: при разработке программ необходимы точные эмпирические данные, основанные на сборе данных и анализе фактов, нацеленных на познание социального мира, внедрение же предполагает решение конкретных проблем, улучшение жизни, личного и общественного блага.

В 1990-х гг. акцент в решении проблемы социальной помощи был перенесен на обеспечение адресности, которая выражалась в замене льгот денежными выплатами. В качестве критерия адресности предполагалось использовать размер душевых доходов членов семьи.

Адресная помощь, хотя и призвана повысить эффективность социального обеспечения, основывается на выборочной проверке правильности предоставленной заявителями информации и может лишать претендентов права на статус при обнаружении обмана. Таким образом, система адресной помощи в настоящее время предполагает усиление роли

---

<sup>41</sup> Яковлев И. П. Экономические проблемы регионов и отраслевых комплексов // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 2 (42). С. 313.

<sup>42</sup> Jones S., Joss R. Models of Professionalism // M. Yelloly, M. Henkel (Eds) Learning and Teaching in Social Work. London; Bristol; Pennsylvania: Jessica Kingsley Publishers, 1995. P. 15–33

социальных работников, проверяющих степень «нуждаемости» и достоверность документов обращающихся за субсидиями. При этом процедура определения «нуждаемости» во многих аспектах непрозрачна для потребителя.

Несмотря на смену ракурса в сторону адресности, размеры адресной социальной помощи и охват ею населения сегодня не соответствует масштабам бедности в России.

Стратегические коммуникации приобретают особую актуальность в изучении причин и характера социальных проблем: необходимо развитие мероприятий по поддержке населения, а не простая пассивная материальная помощь.

Задачи стратегических коммуникаций заключаются не только в анализе имеющихся проблем, но и в непосредственном осуществлении изменений на основе оценки эффективности программы. Инструментом оценки принимаемых органами государственной власти законопроектов могут являться социологические опросы на определенную тематику. Полученные данные станут материалом диалога теоретиков и практиков, повысив теоретические знания, с одной стороны, и практическую чувствительность, с другой стороны.

Необходимо включение в процесс СМИ при условии соблюдения ими обязательных принципов теории социальной ответственности:

- медиа должны брать на себя и нести ответственность перед обществом;
- эта ответственность должна быть связана с соблюдением профессионализма – информативности, правдивости, точности, объективности и баланса информации;
- в рамках этих обязательств СМИ самоуправляются на основе законов;
- они должны избегать всего, что ведет к преступлениям, насилию, беспорядкам, унижению меньшинств;

- медиа должны быть плюралистичными и отражать разнообразие интересов в обществе, представляя место разным точкам зрения и их критике;
- общество и общественность вправе ожидать высокого уровня профессионализма, а вмешательство возможно с позиций обеспечения общественного добра»<sup>43</sup>.

В последнее время в России практически каждая программа развития содержит раздел, посвященный социальным эффектам и анализу эффективности. По мысли разработчиков, он должен отражать те факторы и показатели, по которым можно судить об эффективности проекта, что свидетельствует о более высоком уровне разработки социально значимых программ и проектов. Однако, существующие на сегодняшний день механизмы оценки эффективности продолжают быть недостаточно прозрачными для представителей общественности.

Ведутся дебаты о том, на чем основываться при оценке конечного результата: на объемах финансирования, временных затратах, роли программы в выполнении федеральных законов и постановлений. Как правило, в качестве показателя преимущественно выступают характеристики оказания услуг. Показатель «удельный вес получивших услуг» позволяет составить более-менее четкое представление о масштабах оказания услуг. Отчеты об оказании услуг социально уязвимым группам населения содержат информацию о численности обслуженных, объеме оказанной материальной поддержке, но, во-первых, без какого-либо соотнесения с потребностями целевых групп, и, во-вторых, без анализа эффектов от услуг («в рамках программы было трудоустроено» и пр.).

Оценка должна быть систематической, представлять исследование, сочетающее количественную и качественную методологию, ведь она применяется как средство, способствующее улучшению программы или политики. Также оценка должна учитывать социальный контекст:

---

<sup>43</sup> Яковлев И. П. Основы теории коммуникаций: Учеб. пособ. - СПб.: Изд-во Института управления и экономики, 2001. С. 201.

уникальность региона.

Целью оценки программы должен стать ответ - насколько успешна оцениваемая социальная программа. Оценка социальных программ может быть вызвана различными потребностями, например: анализ реализации программы, корректировка содержания программы (в том числе уточнение целей и задач, переориентирование программы на реалистичные результаты); попытка активизировать работу по выполнению программы; учет ошибок и недостатков программы при разработке других проектов; привлечение внимания общественности; информирование лиц и организаций, принимающих решения; анализ разногласий, возникших в процессе реализации среди исполнителей.

Экспертиза социальной политики должна устанавливать степень соответствия социальной программы или деятельности организации интересам и ожиданиям благополучателей программы или пользователям услуг организации. Целью социальной экспертизы является установление соответствия деятельности органов государственной власти, других социальных институтов интересам граждан и задачам социальной политики, а также формирование предложений по достижению этого соответствия.

Таким образом, экспертиза социальных программ должна быть не результатом, а процессом постоянно меняющихся представлений и отношений посредством практики и рефлексии.

Важной особенностью реализации социальных программ является также высокая степень непредсказуемости и противоречивости. Информацию, с которой будут иметь дело организаторы, весьма вероятно, непросто уложить в теоретические построения программных выкладок, чтобы использовать как руководство к действию.

Резюмируя главу следует указать, что система оценки качества реализации социальных программ должна стать важнейшим инструментом управления государственными организациями, предоставляющими социальные услуги населению. Только грамотный, бескомпромиссный и

беспристрастный подход к оценке качества проводимых мероприятий предоставит наиболее полную и вероятную картину того, что вынуждены или будут вынуждены наблюдать каждый день многие россияне, уменьшив при этом столь животрепещущую для Российской Федерации проблему — коррупцию.

## **2.2. Пенсионная реформа в историческом дискурсе – краткий обзор**

Перечисленные в предыдущей главе компоненты (уровень проблем со здоровьем у населения, уровень бедности и пр.) очевидно, негативным образом сказываются на демографическом положении страны, и следовательно — сделали невозможным проведение настоящей пенсионной политики. Прежде чем определить причину проведения пенсионной реформы, следует кратко обозначить развитие пенсионной системы РФ в постсоветском периоде.

В России наблюдается тип демографического старения, являющийся результатом снижения рождаемости (тем самым, уменьшается количество людей трудоспособного возраста). По мнению А.Синельникова<sup>44</sup>, Демографические кризисы вообще (и в России, в частности) имеют свойство инерционности: когда рождаемость долгое время держится ниже уровня простого воспроизводства, происходит старение населения и уменьшение количества женщин детородного возраста. В результате для стабилизации численности требуется более высокий СКР (количество детей на одну женщину детородного возраста). В настоящее время для стабилизации численности населения России нужен СКР, близкий к 2,1. В связи со старением населения и уменьшением доли женщин детородного возраста СКР в расчете на одну женщину должен будет постоянно увеличиваться,

---

<sup>44</sup> Можно ли сразу остановить убыль населения в России?///Архив статей сайта Демография.ру. URL: [http://www.demographia.ru/articles\\_N/index.html?idR=5&idArt=1087](http://www.demographia.ru/articles_N/index.html?idR=5&idArt=1087)

чтобы сохранить численность населения на одном уровне. Если сейчас не поднимать рождаемость, то в 2015 г. для стабилизации численности населения (при отсутствии миграции) будет необходим суммарный коэффициент, равный 2,52, в 2020 г. — 3,03, в 2025 г. — 3,41, в 2030 г. — 3,58, в 2035 г. — 3,77, в 2040 г. — 4,12, в 2045 г. — 4,53 и в 2049 г. — 4,80 ребенка на одну женщину. Но резкое повышение рождаемости за короткий промежуток времени имеет один недостаток: резко увеличиваются социальные расходы на подрастающее поколение, которое только в будущем будет приносить отдачу. Если рождаемость повысится, то инерционная убыль населения будет продолжаться еще некоторое время, необходимое для омоложения структуры населения и увеличения доли женщин детородного возраста.

Россия конца XIX века представляла собой страну с молодым населением: число детей существенно превышало численность лиц пожилого возраста. До 1938 года население СССР оставалось «демографически молодым», однако позже, начиная с 1959 года, началось его демографическое старение: доля лиц молодого возраста стала сокращаться, а лиц пожилого возраста — увеличиваться.

В 1990-м году Россия занимала 25-е место в списке стран с высокими показателями старения населения (лидеры списка: Япония, Италия и Германия). Это не удивительно, так как Россия, во-первых, находится на той стадии процесса старения, когда доля населения средних возрастов практически не меняется и старение происходит за счёт снижения доли детей, во-вторых, из-за низкой продолжительности жизни не все люди доживают до старости.

В настоящее время доля людей в возрасте 65 лет и старше в населении России составляет 13 %. По сравнению с Переписью 1989 года средний возраст жителей страны увеличился на 4,3 года и составил 37,1 лет, в том числе у мужчин вырос на 3,6 года и составил 34,1 года, а у женщин — на 4,6 года и составил 39,8 года.

В последние 6 лет в России наметилось резкое ускорение старения населения. В первую очередь это связано с увеличением продолжительности жизни российского населения. Так, за последние 6 лет мужчины стали жить на 4 года дольше (в 2012 г. средняя ожидаемая продолжительность жизни при рождении составила 64,5 года), а женщины - на 3 года (до 75,8 лет). В целом тенденция старения российского населения совпадала как с западноевропейскими странами, так и странами бывшего соцлагеря и бывшего СССР.

Расходы ПФР на выплату пенсий выросли примерно на 5% в связи с ростом продолжительности жизни пенсионеров за последние 6 лет. На этом фоне мы ожидаем роста численности пенсионеров (эти люди сейчас работают и объективно достигнут пенсионного возраста) и снижение численности работающих (внуки нынешнего поколения вступают в экономически активный возраст).

Также усугубляет картину тенденция «серой занятости» населения и увеличение числа людей так называемой неформальной занятости (не работающих по найму и, соответственно, не уплачивающих взносов в страховую пенсионную систему). В терминах перераспределительной пенсионной системы это означает либо снижение среднего коэффициента замещения (соотношения пенсии к последней зарплате), либо необходимость увеличения размера страховых взносов или трансферов из федерального бюджета.

Согласно прогнозу ООН<sup>45</sup>, по темпам сокращения трудоспособного населения на фоне стремительного роста численности пенсионеров Россия лидирует. Дефицит ПФР подошел к отметке 3% ВВП, а в прогнозах обещанной индексации пенсий сохраняются негативные тенденции, вызванные увеличением пенсионных обязательств и недостатком источников для их покрытия.

---

<sup>45</sup> Население России до 2030 г.//Архив статей сайта Демография.ру. URL: [http://demoscope.ru/weekly/knigi/ns\\_09/acrobat/glava6.pdf](http://demoscope.ru/weekly/knigi/ns_09/acrobat/glava6.pdf)

Все эти процессы порождают проблему финансирования пенсионной системы.

Этапы развития пенсионной системы РФ представлены следующим образом: 22 декабря 1990 года постановлением Верховного Совета РСФСР был образован Пенсионный Фонд (с 27 декабря 1991 г. - Пенсионный Фонд РФ, или ПФР). Ведомству поручены:

- 1) выплаты пенсионного обеспечения граждан (в их числе — трудовые, государственные и т. д.);
- 2) учёт страховых средств по обязательному пенсионному страхованию;
- 3) управление средств пенсионной системы.

В 1990-х начали появляться негосударственные пенсионные фонды, в которых взносы осуществлялись на добровольной основе. В ПФР персонафицированный учёт внесённых гражданином средств начал вестись в 1995 году. До 2000-го года граждане РФ получали только распределяемую государством пенсию. На её выплату шли средства из госбюджета и общих налоговых поступлений в ПФР.

В 2002 году началась крупномасштабная пенсионная реформа, основанная на федеральных законах "О трудовых пенсиях в РФ" (от 17 декабря 2001 г.), "О государственном пенсионном обеспечении в РФ" (от 15 декабря 2001 г.), "Об обязательном пенсионном страховании" (от 15 декабря 2001 г.) и "Об инвестировании средств для финансирования накопительной части трудовой пенсии в РФ" (от 24 июля 2002 г.). Суть реформы заключалась в переходе от распределительной к распределительно-накопительной системе пенсионного обеспечения. Пенсия разделялась на три части:

- 1) базовая (гарантированная государством);
- 2) страховая (взносы, вычитаемые из зарплаты гражданина и гарантирующие выплаты после выхода на пенсию);
- 3) накопительная (реальные деньги на личном счету, которые могут быть инвестированы в активы до выхода на пенсию).

Размер пенсии в этой пенсионной модели зависит не от стажа работника



(как было до 2002 года), а размером его заработка и отчислений работодателя в Пенсионный Фонд.

Тогда же, с 2002 года, начали осуществляться отчисления на накопительную часть пенсии, составляющих от 2 до 4% от размера заработной платы. Стало возможным перевести ее из государственной управляющей компании (Внешэкономбанк) в негосударственные пенсионные фонды или частные управляющие компании. С 2002 по 2004 года право на накопительную часть пенсии имели мужчины, родившиеся с 1953 года, и женщины с 1957 года рождения.

С 2005 года вследствие дефицита бюджета ПФР накопительную часть пенсий отменили для граждан, рождённых до 1967 года. Эти средства направили на финансирование страховой части пенсии.

В 2008 году государство вновь стало увеличивать количество средств в пенсионной системе. Размер накопительной части для граждан с 1967 года рождения и далее был повышен с 4% до 6%.

В 2010 году ликвидировали базовую часть пенсии, оставив только страховую и накопительную части. В июле 2012 года — первые выплаты накопительной части достигшим пенсионного возраста гражданам, платившим 2%-ные взносы в накопительную систему с 2002 по 2004 год.

В 2013 году власти объявили о новой реформе пенсионной системы (трёхуровневая система пенсионного обеспечения). Новая система включала страховую и накопительную части, а также возможность вступления в корпоративную систему пенсионного страхования. Накопительная пенсия стала добровольной: граждане могли выбрать УК или НПФ для её формирования; трудовая пенсия получила систему коэффициентов для своего расчета (система включала рабочий стаж, возраст выхода на пенсию и уровень заработной платы).

В результате проведенной реформы пенсионные отчисления работающих граждан стали распределяться следующим образом:

А) граждане 1966 г. рождения и более раннего года:

22% — перечисления в Пенсионный фонд, из них:

1) 16% — страховая часть — средства, аккумулируемые в фондах государства и являющиеся по заверению государства гарантом получения пенсионных выплат по достижению пенсионного возраста;

2) 6% - солидарная часть — средства, выплачиваемые гражданам, которые уже достигли пенсионного возраста;

Б) граждане после 1967 г. рождения:

22% — перечисления в Пенсионный фонд;

2) 16% — распределяются следующим образом:

а) в страховую часть (т. е. в бюджет государства) — 10%;

б) в солидарную часть для выплаты пенсий гражданам, достигшим пенсионного возраста-6%;

3) 6% — накопительная часть, куда аккумулируются средства работающих граждан с целью их дальнейшего размещения и получения дополнительного дохода.

В конце 2013 года Пенсионный фонд одобрил законопроект о моратории на формирование накопительной части пенсии: 6% накопительного взноса государство переводит в страховую часть. Целью этой процедуры являлась выплата текущих пенсий для нынешних пенсионеров и ликвидация дефицита денежных средств в Пенсионном фонде. Впоследствии заморозка была продлена вплоть до 2019 года, также обсуждалась отмена накопительной части.

Страховые взносы работодателей были полностью направлены в распределительную часть пенсионной системы. Это позволило властям сэкономить часть бюджетных расходов на трансферте ПФР. Затем пенсионный мораторий был продлен еще на год. В 2016-м взносы также были заморожены — из них был сформирован антикризисный фонд в бюджете. В августе 2016 года Ольга Голодец официально объявила, что правительство решило продлить заморозку пенсионных накоплений на 2017 год.

23 апреля 2015 года премьер-министр РФ Дмитрий Медведев заявил, что

накопительная часть будет сохранена, 7 октября глава ПФР Антон Дроздов объявил о принятии решения о заморозке пенсионных накоплений на 2016 год.

В 2013 году клиентами частных УК и НПФ являлись 25 млн человек, сумма средств под управлением — почти 1 трлн рублей. Общий объем пенсионных накоплений составил более 2,5 трлн рублей (с учётом денег «молчунов» на счетах ВЭБа).

По состоянию на октябрь 2016 года общий объем пенсионных накоплений россиян составил почти 5 трлн рублей, во многом рост был определен доходом от инвестирования средств почти 30 млн граждан, доверивших часть своих средств негосударственным пенсионным фондам, а также от поступлений по программе софинансирования пенсионных накоплений за 2015 год<sup>46</sup>

Основными мерами по снижению дефицита ПФР России являются:

- 1) заморозка накопительной части (пенсионный мораторий);
- 2) повышение пенсионного возраста;
- 3) сокращение индексаций и выплат пенсий чиновникам или работающим пенсионерам (например, имеющим большие трудовые доходы).

## **2.3. Анализ продвижения пенсионной реформы: инструменты, ключевые сообщения и эффективность**

### **2.3.1 Система стратегических коммуникаций при продвижении пенсионной реформы**

Данное исследование будет включать в себя:

- 1) построение обобщенной системы стратегических коммуникаций органов государственной власти при продвижении пенсионной реформы.

---

<sup>46</sup> ЦБ: Пенсионные сбережения россиян составляют почти 5 трлн рублей/Статья в Российской Газете от 18.10.2016. URL:<https://rg.ru/2016/10/18/cb-pensionnye-sberezheniia-rossiian-sostavliaiut-pochti-5-trln-rublej.html> (Дата обращения: 12.12.16)

2) анализ сообщений средств массовой информации по пенсионной реформе по наиболее упоминаемым темам (проблема повышения пенсионного возраста и пенсионный мораторий).

Аналогично тому, как выглядела система стратегических коммуникаций в предыдущей главе, можно построить отдельную систему применительно именно к пенсионной реформе. Выглядеть она будет таким образом (Сх.2):



Сх.2. Система стратегических коммуникаций органов государственной власти при продвижении пенсионной реформы

Данная система имеет много общего с системой, приведенной в предыдущей главе. Элементы в ней также связаны и взаимодействуют с помощью тех же средств (СМИ, наружная реклама, прямые (непосредственные) коммуникации). Естественно, взаимодействие с внутренней общественностью осуществляется, в большинстве своём, прямыми коммуникациями.

Текущее исследование направлено главным образом на анализ

стратегических коммуникаций во внешней среде, а именно — на взаимодействие органов государственной власти и подведомственных им организаций (Пенсионный фонд РФ) с целевыми группами населения при продвижении пенсионной реформы посредством публикаций в средствах массовой информации. Именно публикации в СМИ имеют наиболее выраженный стратегический статус при реформировании государства, поскольку непосредственно относятся к решениям на высших уровнях власти, ведь именно на высшем (т. е. федеральном) уровне все реформы и осуществляются.

Исследование будет состоять из пяти разделов:

А) анализ всех сообщений СМИ федерального уровня всех типов (т.е. телевидение, газеты, журналы, интернет-порталы, информагентства и радио) в период от 01.01.2012г. по 31.12.2016г. в системе мониторинга СМИ «Медиалогия», по контексту «повышение пенсионного возраста»;

Б) анализ всех сообщений СМИ федерального уровня всех типов (т.е. телевидение, газеты, журналы, интернет-порталы, информагентства и радио) в период от 01.01.2012г. по 31.12.2016г., по фразе «заморозка накопительной части пенсии»;

В) анализ всех сообщений СМИ федерального уровня всех типов (т.е. телевидение, газеты, журналы, интернет-порталы, информагентства и радио) в период от 01.01.2012г. по 31.12.2016г. по теме «повышения пенсионного возраста» по наиболее упоминаемым органам власти и подведомственным организациям (Правительство РФ, Госдума РФ, Министерство финансов РФ, Пенсионный фонд РФ);

Г) анализ всех сообщений СМИ федерального уровня всех типов (т.е. телевидение, газеты, журналы, интернет-порталы, информагентства и радио) в период от 01.01.2012г. по 31.12.2016г. по теме «заморозки накопительной части пенсии», где фигурируют самые упоминаемые объекты (Правительство РФ, ПФР, Министерство финансов РФ)

Д) подробный анализ публикаций ряда государственных, частных и

оппозиционных СМИ, посвященных принятию решения об отмене накопительной части пенсии.

Прямые коммуникации Пенсионного фонда РФ и населения примечательны тем, что они, в основном реализуемые посредством интернет-сайтов ПФР и портала государственных услуг РФ, являются функциональными, т. е. призваны отображать текущее положение дел в пенсионной системе, исключая информацию о возможном реформировании, в том числе в виде пенсионного моратория или повышения пенсионного возраста. Все информационные материалы с сайта ПФР направлены на разъяснение работы текущей системы пенсионного обеспечения, ни одно сообщение не содержало информации о той же заморозке накопительной части пенсии. Это формирует исключительно «разъяснительную» коммуникацию, в основе которой — инструктаж и информирование.

Таким образом ответственность за принимаемые решения о реформировании пенсионной системы переносится на сторону органов федеральной власти, ПФР как подведомственная государственная организация исполняет исключительно функциональную роль в вопросах пенсионного обеспечения граждан. Коммуникация ПФР и населения является такой стратегической коммуникацией, в которой тактический аспект выходит на первый план (тактико-стратегические коммуникации). Роль пенсионного обеспечения и, следовательно, причина создания Пенсионного фонда обусловлены стратегическими целями органов государственной власти, однако сами коммуникации ПФР и населения направлены только на усиление этого взаимодействия посредством максимального информирования, они призваны решать сиюминутные возникающие вопросы населения.

«Информационно-разъяснительные» материалы ПФР в период 2012-2016 годов представлены несколькими видами:

- 1) аудиозаписи;
- 2) видеоролики разъяснительные и телевизионные;
- 3) брошюры и лифлеты;

- 4) инфографика;
- 5) модули для прессы;
- 6) наружная реклама.

Все эти виды подчинены функции максимального информирования о механизме работы пенсионной системы РФ, однако ни один материал из этого раздела не был посвящен повышению пенсионного возраста или же заморозке накопительной части.

### 2.3.2. Анализ СМИ по ключевым сообщениям пенсионной реформы

А) Анализ всех сообщений СМИ федерального уровня всех типов (т.е. телевидение, газеты, журналы, интернет-порталы, информагентства и радио) в период от 01.01.2012г. по 31.12.2016г., по фразе «повышение пенсионного возраста» привёл к следующим результатам:

1) суммарное количество сообщений — 40405, из них — 22915 оригинальных сообщений, 17940 — перепечаток (процент перепечаток — 43%) (рис.1);

Дата	Оригинальн ые сообщения	Перепечатк и
2012	3287	1837
2013	1620	1021
2014	1344	1063
2015	9754	8146
2016	6910	5423
<b>Всего</b>	<b>22915</b>	<b>17490</b>

Рис.1. Таблица оригинальных сообщений и перепечаток

2) в 2012 году было опубликовано 5124 сообщения, в 2013 — 2641; в 2014 - 2407 сообщения, в 2015 - 17 900; в 2016 году — 12 333 сообщения (рис. 2);

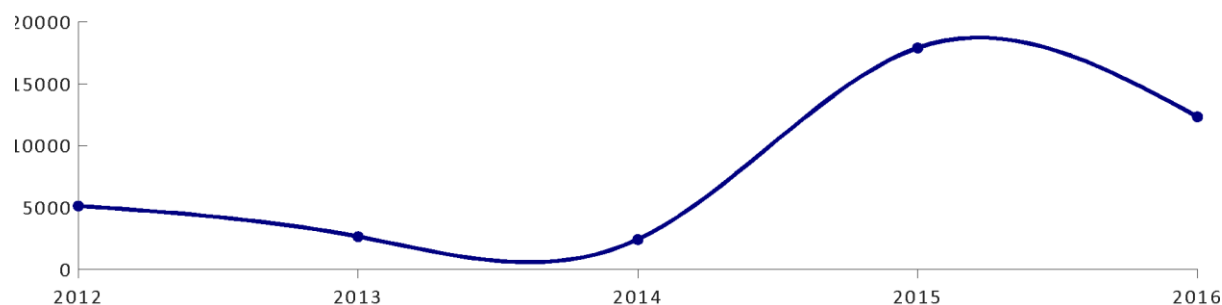


Рис.2 График динамики упоминаний

На графике мы можем наблюдать всплеск активности СМИ в 2015 году

3) наиболее цитируемые и заметные инфоповоды представлены на рисунке 3:

Событие	Количество сообщений	Заметность события	МедиаИндекс
Кудрин поддерживает повышение пенсионного возраста в РФ до 65 лет	276	142	949,2
Страна вступает в третий возраст	190	104,36	1019,65
Исаев: условий для повышения в России пенсионного возраста пока нет	172	96,67	809,94
СМИ: МЭР предлагает возобновить обязательные отчисления в накопитель	150	87,03	529,42
О пенсиях разрешено говорить вслух	130	84,56	782,94
"О повышении пенсионного возраста нужно объявлять после выборов"	150	83,78	427,13
Апрельские тезисы Антона Силуанова	103	76,66	-107,03
ПОСЛЕ ВЫБОРОВ ПЕНСИОНЕРОВ "ОМОЛОДЯТ"	161	73,04	2,06
Медведев: пенсионный возраст увеличат только для госслужащих	137	70,58	745,64
Глава ПФР рассказал об экономии бюджета от повышения пенсионного во	145	65,85	566,67
Аналитики: Россия не готова к срочному повышению пенсионного возраст	94	65,53	163,94
Повышение пенсионного возраста предлагают протестировать на чиновн	100	65,12	408,3
Повышение пенсионного возраста в следующем году не планируется	128	63,29	211,98
Силуанов разъяснил, зачем надо повысить пенсионный возраст в России	107	62,43	371,37
ПЕНСИОННЫЙ ВОЗРАСТ НА ГРАНИ ФОЛА	115	60,72	336,18
Из пенсии слова не выкинешь	113	58,08	637,84
Кудрин рассказал, что Путин обсуждал с экономистами	107	55,9	292,19
Пресс-конференция В. Путина	57	54,84	380,73
МАЛЕНЬКИЕ ПЕНСИИ ПОД СЛАДКИМ СОУСОМ	83	54,8	232,46
Не в том возрасте	68	54,68	148,09
Медведев: выполнение соцобязательств остается среди приоритетов ант	87	50,77	664,83
Реальность без иллюзий	32	44,16	254,4
Бюджет-2016 и ныне там	62	43,84	467,61
ПОВЫСЯТ ЛИ ПЕНСИОННЫЙ ВОЗРАСТ	38	43,35	368,84

Рис. 3. Рейтинг инфоповодов по теме «повышение пенсионного возраста»

В качестве спикеров государственной власти выступают: Алексей Кудрин, Дмитрий Медведев, Владимир Путин, Антон Силуанов (министр финансов РФ)

4) наибольшими объектами по количеству сообщений на заданную тему оказались следующие (рис. 4):



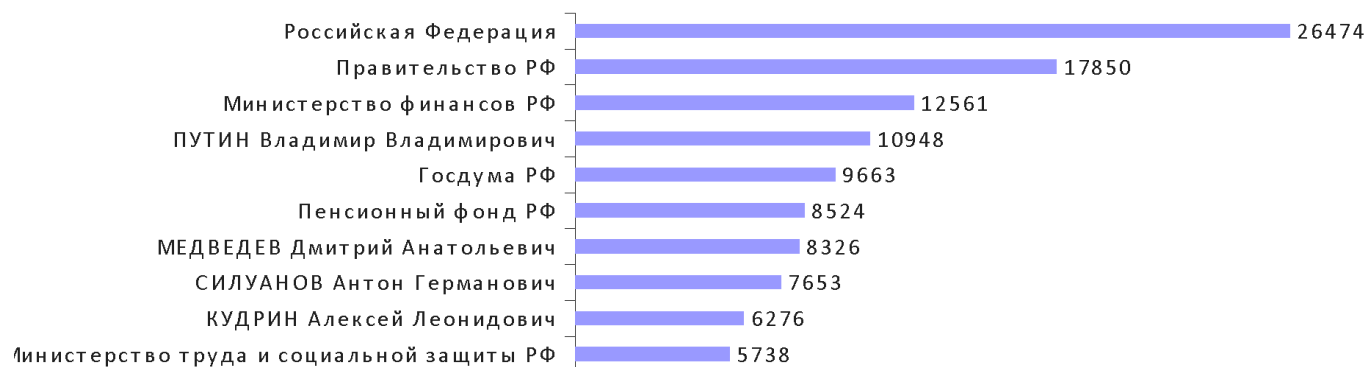


Рис. 4. Рейтинг объектов по количеству сообщений на тему «повышение пенсионного возраста»

Наиболее упоминаемые в качестве объекта органы государственной власти будут подробно проанализированы ниже. При этом в анализе тональности сообщений данных объектов мы видим явное превосходство в количестве негативных сообщений над позитивными (рис.5):

Объекты	Кол-во сообщений	Главная роль	Медиаиндекс	Охват	Негативное	Позитивное	Цитированное
Российская Федерация	26474	12308	61143,89	62,0 млн.	2343	1433	194
Правительство РФ	17850	7481	50994,67	56,6 млн.	736	443	4298
Министерство финансов РФ	12561	4662	37772,18	51,8 млн.	316	324	6878
ПУТИН Владимир Владимирович	10948	4166	35307,6	54,5 млн.	561	316	5542
Госдума РФ	9663	3879	37736,57	55,1 млн.	65	71	2398
Пенсионный фонд РФ	8524	2767	13932,47	55,5 млн.	976	667	1547
МЕДВЕДЕВ Дмитрий Анатольевич	8326	3698	24410,45	52,1 млн.	573	152	4698
СИЛУАНОВ Антон Германович	7653	2556	25877,96	51,5 млн.	131	85	5756
КУДРИН Алексей Леонидович	6276	2824	27583,68	48,8 млн.	188	359	4359
Министерство труда и социальной защиты РФ	5738	2224	16006,38	47,7 млн.	159	49	2690
Министерство экономического развития РФ	5492	1329	15118,16	43,8 млн.	74	84	2508
США	5292	508	7527,46	51,6 млн.	370	278	61
Украина	5109	1787	74,12	44,8 млн.	1174	429	101
Москва	4736	971	10426,19	47,2 млн.	325	282	47
ГОЛОДЕЦ Ольга Юрьевна	4631	1655	18087,26	43,9 млн.	42	36	3425
ЭЛЮКАСЬ Алексей Валентинович	4540	1448	14874,17	43,6 млн.	84	38	3200
ТОПИЛИН Максим Анатольевич	4333	1969	18320,85	43,7 млн.	36	23	3522
МИА "Россия сегодня"	3941	86	5820,98	34,9 млн.	1	28	3245
Центральный банк РФ	3876	589	9773,52	41,4 млн.	106	206	1183
МВФ	3603	1553	11696,43	42,0 млн.	105	242	1050
Европейский Союз	3602	566	6871,81	44,7 млн.	168	142	208
Партия "Единая Россия"	3257	965	10924,87	35,2 млн.	154	278	907
ТАСС	3235	28	5045,81	34,5 млн.	6	0	2554
Совет Федерации	3208	1085	10885,33	38,8 млн.	7	19	1200

Рис. 5. Таблица объектов сообщений на тему «повышение пенсионного возраста» на предмет медиаиндекса, охвата, тональности сообщений

Примечательный момент приведенной таблицы: преобладание позитивных публикаций, где объектом является Алексей Кудрин, обусловлено

характером сообщений: Кудрин во множестве ситуаций аргументированно отстаивает позицию необходимости повышения пенсионного возраста. В отличие от других, публикации с Кудриным содержат множество фактов, подтверждающих необходимость реформирования

5) наиболее активными СМИ при освещении темы «повышения пенсионного возраста стали (рис.6):

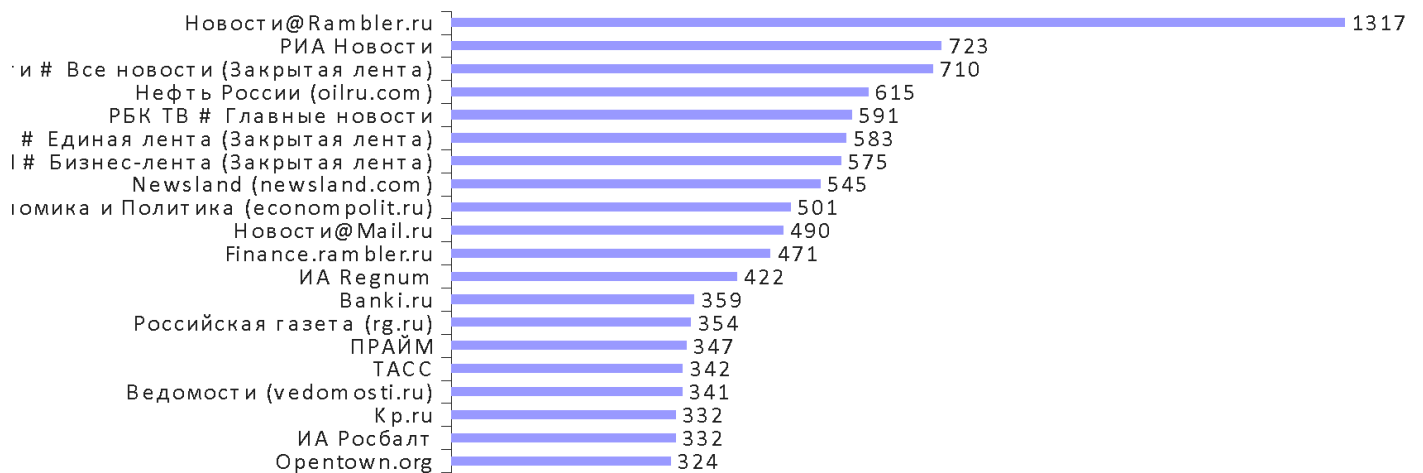
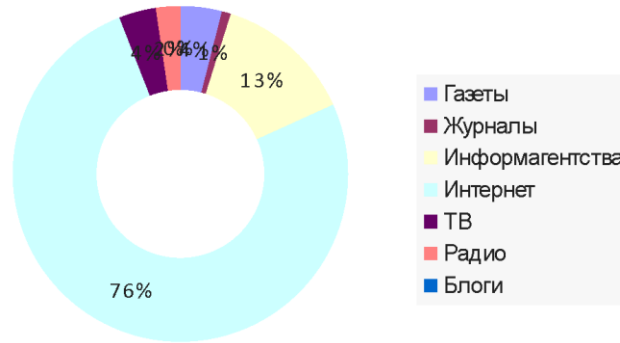


Рис.6. Наиболее активные СМИ по теме «повышения пенсионного возраста»

Так, наиболее активным интернет-порталом по заданной теме стал «Рамблер.Новости», информагентством — РИА Новости, ТВ-каналом — РБК ТВ, газетой — Ведомости, а радио — Эхо Москвы.

6) Следующая диаграмма и таблица иллюстрирует распределение упоминаний по видам СМИ (рис. 7):

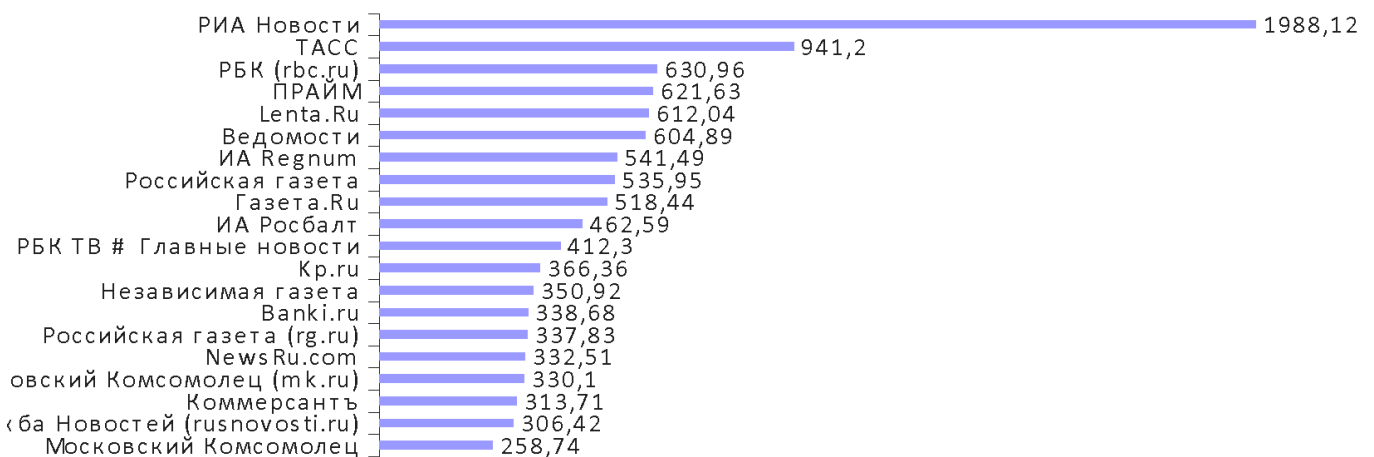


Категории СМИ	Газеты	Журналы	информангентства	Интернет	ТВ	Радио	Блоги
(повышение пенсионного возраста)	1611	351	5402	30641	1445	954	1

Рис.7. Распределение упоминаний по категориям СМИ

Наибольшее количество сообщений по теме относятся к интернет-медиа, в том числе - новостным агрегаторам и прочим средствам массовой информации, использующих исключительно канал интернета. В 6 раз меньше сообщений — у инфорагентств, примечательно практически равное количество сообщений по ТВ и газетам.

7) Наиболее активными СМИ по медиа-индексу стали (рис.8):



Независимая газета	350,92	126	Газеты	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Banki.ru	338,68	359	Интернет	Федеральный	Москва	Финансы
Российская газета (rg.ru)	337,83	354	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
NewsRu.com	332,51	176	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Московский Комсомолец	330,1	276	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Коммерсантъ	313,71	72	Газеты	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Русская Служба Новостей	306,42	161	Радио	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Московский Комсомолец	258,74	95	Газеты	Федеральный	Москва	Бизнес и общество

Рис.8. Активность СМИ по Медиа-индексу

Следует заметить, что медиаиндекс включает в себя три составляющие: 1) индекс цитируемости; 2) позитив/негатив; 3) заметность сообщения.

В приведенном рейтинге присутствует лишь один ТВ-канал и одно радио.

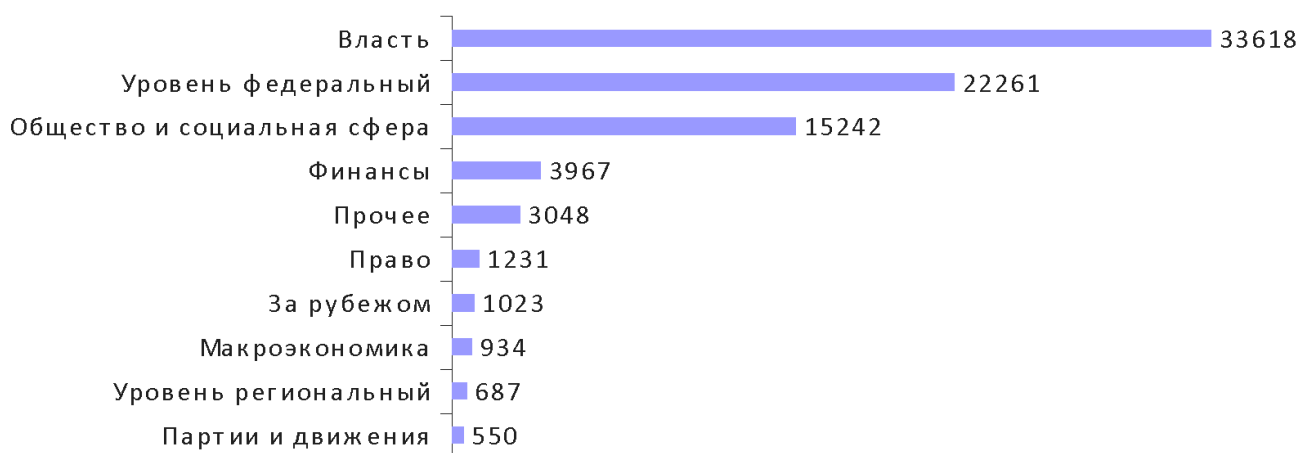
8) Анализ жанров новостных материалов упоминаний «повышения пенсионного возраста» привел к следующим результатам (рис.9):



Рис.9. Жанры упоминаний

В приведенном графике сообщения в жанре «Новости» серьезно превосходят остальные жанры по количеству.

9) публикации на заданную тему распределены по рубрикам СМИ следующим образом (рис.10):



Рубрики СМИ	Кол-во сообщений
Власть	33618
Уровень федеральный	22261
Общество и социальная сфера	15242
Финансы	3967
Прочее	3048
Право	1231
За рубежом	1023
Макроэкономика	934
Уровень региональный	687
Партии и движения	550

Рис.10. Рубрикация упоминаний на тему «повышения пенсионного возраста»

Публикации на заданную тему имеют важную особенность: в обобщенном объекте под названием «Российская Федерация» можно наблюдать пропорционально большее количество эмоционально окрашенных публикаций (в том числе негативной тональности) в отличие от остальных объектов, будь то Правительство РФ или лично Владимир Путин. Это связано с тем, что большинство публикаций, связанных с принятием решения о реформировании, имеют нейтральный информирующий (новостной) характер, и в качестве объектов подобных публикаций выступают те или иные органы власти или спикеры, в то время как большинство эмоционально окрашенных публикаций по данной теме представляются под обобщенным концептом «Российская Федерация». Эта особенность подразумевает, что органы власти достаточно аргументированно представляют позицию

необходимости реформ, благодаря которой общественность склонна больше сетовать не на конкретные действия власти, а на само государство в целом.

Б) Анализ всех сообщений СМИ федерального уровня всех типов (т.е. телевидение, газеты, журналы, интернет-порталы, информагентства и радио) в период от 01.01.2012г. по 31.12.2016г., по фразе «заморозка накопительной части пенсии» привёл к следующим результатам:

1) количество сообщений — 4056, при этом оригинальных сообщений (без перепечаток) — 2211 (процент перепечаток — 43%)

2) в 2012 году количество упоминаний на тему «заморозка накопительной части пенсии» составило 0 (ноль) сообщений (что связано с иными формулировками надвигающейся «заморозки» (напр. анонсирование пенсионного моратория), в 2013 — 62 сообщения (очевидна конкретизация меры), в 2014 году — 538, в 2015 — 1701 сообщение, в 2016 — 1755 сообщений (рис. 11)

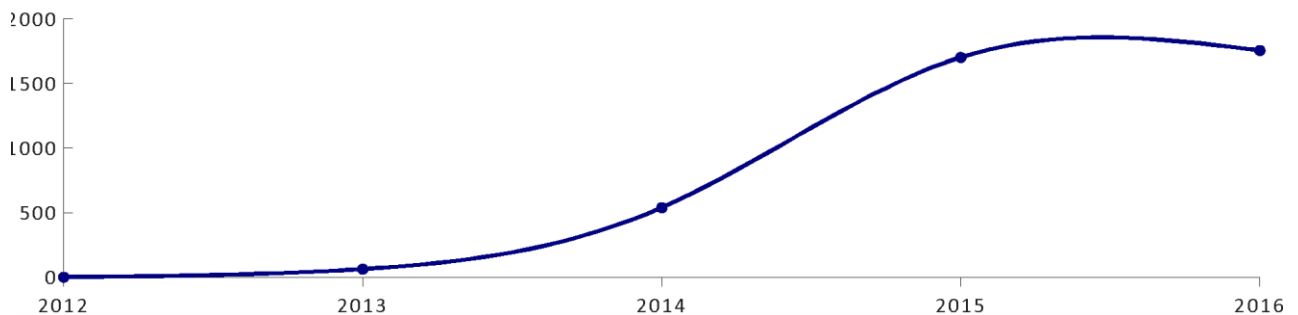
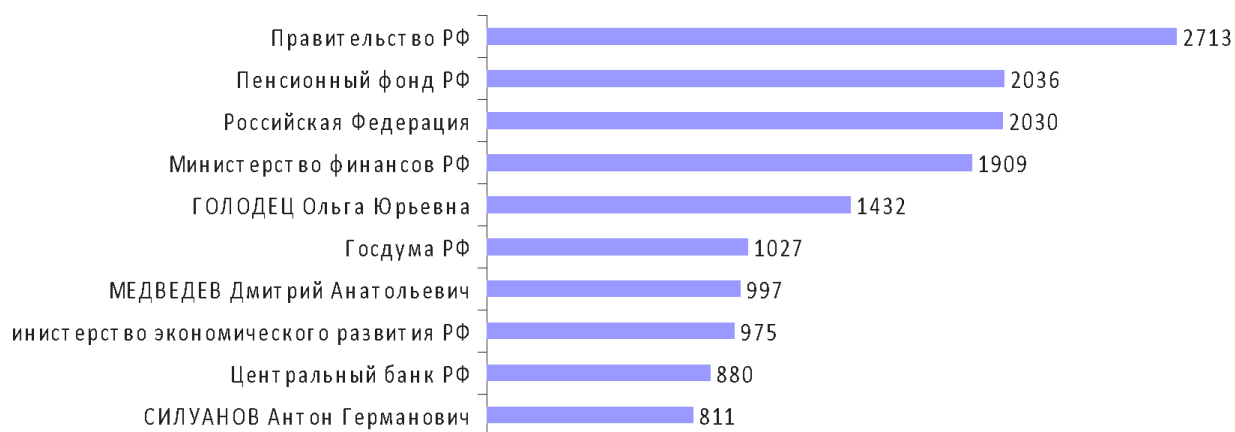


Рис. 11. График динамики упоминаний по запросу «заморозка накопительной части пенсии»

3) наиболее цитируемые и заметные инфоповоды представлены в следующей таблице (рис.12):



Событие	Количество сообщений	Заметность события
Накопительная часть пенсий будет заморожена	286	131,8
Минфин предложил на год продлить заморозку накопительной части пенсий	195	96,54
Источник: решения о продлении заморозки пенсионных накоплений пока не приняты	125	84,13
СМИ: в России могут заморозить пенсионные накопления до 2018 года	121	67,59
Замглавы МЭР: бюджет РФ остро нуждается в продлении заморозки пенсий	129	48,15
В правительстве одобрили заморозку накопительной пенсии на три года	84	39,94
Голодец: обсуждается продление заморозки накопительной части пенсии	57	38,52
Трехсторонняя социально-трудовая комиссия РФ рассмотрит бюджет-2016	55	36,23
ПЕНСИИ МЫ СКАЖЕМ "ДО СВИДАНИЯ"	54	31,4
Госдума заморозила накопительную часть пенсии в 2016 году	67	30,28
Путин подписал закон о заморозке накопительной части пенсий	77	29,59
Медведев: интересы россиян не страдают от заморозки накопительной части пенсий	52	26,02
Эксперты: новая заморозка пенсионных накоплений приведет к демонтажу пенсионной системы	46	23,69
Минэкономразвития предложило разморозить пенсионные накопления	42	20,28
Правительство задумалось об увольнении замминистра Белякова	29	19,14
"Накопительную часть пенсии надо сделать добровольной"	28	18,07
"Ведомости": накопительной пенсионной системой жертвуют ради снижения инфляции	34	18,04
Левченко: решений по заморозке накопительной части пенсий не принято	28	17,04
ГД приняла во II чтении законопроект о заморозке накопительной пенсии	32	16,92
Улюкаев предложил поднять пенсионный возраст после 2018 года	32	16,4
Силуанов: источников для возврата накоплений НПФ за 2014 год нет	35	16
Улюкаев: заморозка пенсионных накоплений на 2016 год не обсуждается	33	15,65
Набиуллина уточнила планы реформирования пенсионной системы	29	15,57
Шувалов: Возможности для моратория на накопительную часть пенсии ограничены	23	15,42
Голодец: мораторий на пенсионные накопления может быть продлен после 2018 года	37	15,27
Правительство приняло решение индексировать пенсии только на 4%	18	14,23
Пенсионные накопления россиян снова заморозят	16	13,19

Рис.12. Рейтинг инфоповодов по теме «заморозки накопительной части пенсии»

4) наибольшими объектами по количеству сообщений на тему «заморозки» являются следующие (рис.13):

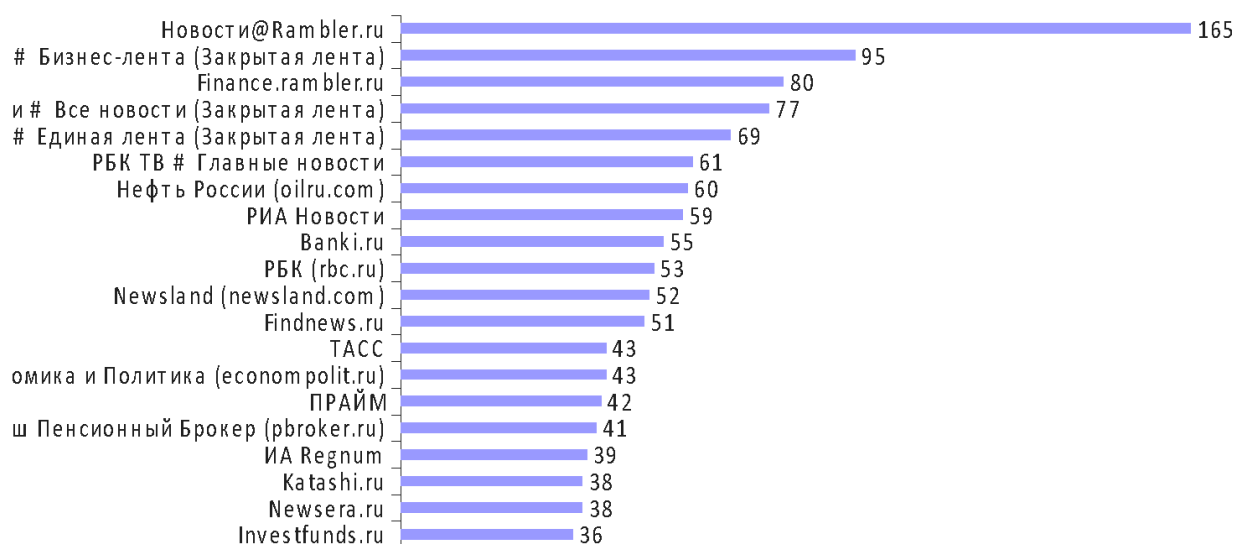
Объекты	кол-во сообщений	Главная роль	медиаинд	Охват	негативн	позитивн	цитирован
Правительство РФ	2713	1602	8262,49	29,0 млн.	254	59	838
Пенсионный фонд РФ	2036	660	5418,81	27,4 млн.	101	149	347
Российская Федерация	2030	842	4388,1	30,1 млн.	194	91	19
Министерство финансов РФ	1909	635	6820,96	27,6 млн.	20	57	946
ГОЛОДЕЦ Ольга Юрьевна	1432	615	5667,24	24,9 млн.	8	1	1216
Госдума РФ	1027	445	4115,31	21,8 млн.	4	9	210
Медведев Дмитрий Анатольевич	997	389	2171,57	21,8 млн.	39	12	516
Министерство экономического развития РФ	975	341	3609,99	21,3 млн.	1	3	467
Центральный банк РФ	880	206	2492,27	17,6 млн.	13	12	348
СИЛУАНОВ Антон Германович	811	194	2730,98	19,4 млн.	4	0	592
ПУТИН Владимир Владимирович	786	258	2120,95	23,7 млн.	28	6	235
Министерство труда и социальной защиты РФ	608	180	2185,41	18,7 млн.	3	12	335
ТОПИЛИН Максим Анатольевич	562	199	2341,04	17,7 млн.	0	18	445
Милонов Алексей Валентинович	549	229	2384,54	18,6 млн.	4	0	416

Рис. 13. Рейтинг объектов упоминания по теме «заморозки»

В приведенной таблице легко отслеживается следующее: у Министерства финансов РФ и Пенсионного фонда РФ — преобладание позитивных публикаций, в отличие от Правительства РФ. Данный факт может быть связан, во-первых, с профессиональной аргументацией представителей Министерства Финансов, убеждающей в целесообразности и необходимости предлагаемой меры по заморозке, а также — с эффективностью работы ПФР по пенсионному обеспечению, во-вторых — с отсутствием явного отношения процедуры реформирования к данному органу власти и государственной организации.

5) наиболее активными СМИ (по количеству сообщений) на заданную тему являются (рис.14):

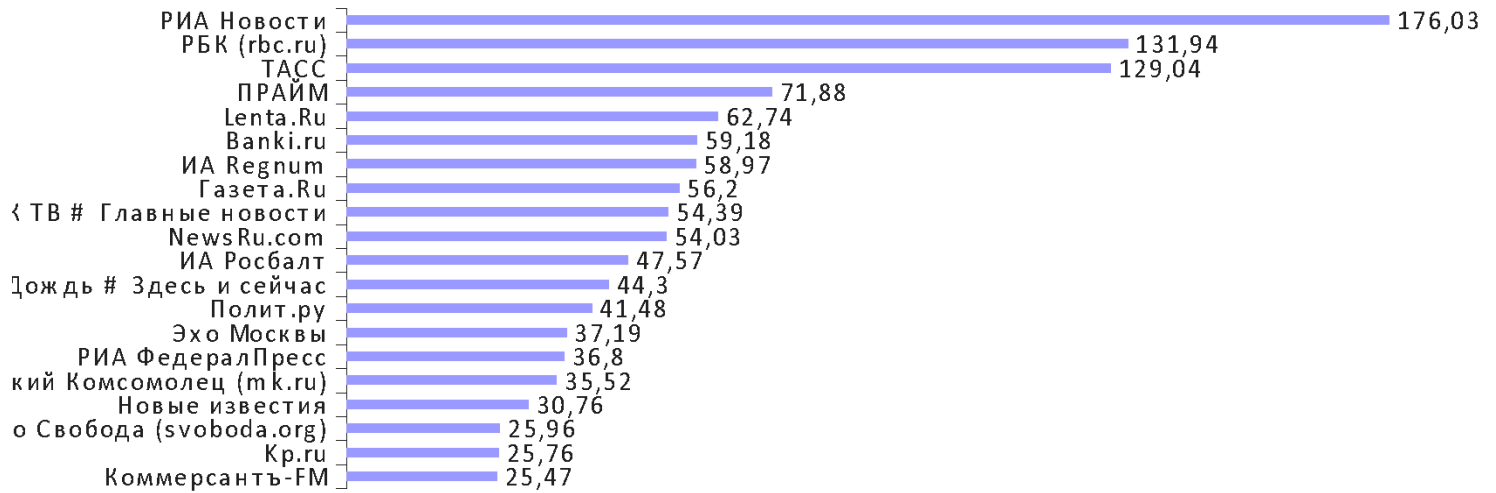




Наименование СМИ	Кол-во сообщений	Категория СМИ	Город	Уровень СМИ	Отрасль СМИ
Новости@Rambler.ru	165	Интернет	Москва	Федеральный	Новостные агрегаторы
ПРАЙМ # Бизнес-лента	95	Информационное агентство	Москва	Федеральный	Бизнес и общественные организации
Finance.rambler.ru	80	Интернет	Москва	Федеральный	Новостные агрегаторы
РИА Новости # Все новости	77	Информационное агентство	Москва	Федеральный	Бизнес и общественные организации
ТАСС # Единая лента	69	Информационное агентство	Москва	Федеральный	Бизнес и общественные организации
РБК ТВ # Главные новости	61	ТВ	Москва	Федеральный	Бизнес и общественные организации
Нефть России (oilru.com)	60	Интернет	Москва	Федеральный	ТЭК
РИА Новости	59	Информационное агентство	Москва	Федеральный	Бизнес и общественные организации
Banki.ru	55	Интернет	Москва	Федеральный	Финансы
РБК (rbc.ru)	53	Информационное агентство	Москва	Федеральный	Бизнес и общественные организации
Newsland (newsland.com)	52	Интернет	Москва	Федеральный	Новостные агрегаторы
Findnews.ru	51	Интернет	Москва	Федеральный	Бизнес и общественные организации
ТАСС	43	Информационное агентство	Москва	Федеральный	Бизнес и общественные организации
Экономика и Политика	43	Интернет	Москва	Федеральный	Бизнес и общественные организации
ПРАЙМ	42	Информационное агентство	Москва	Федеральный	Бизнес и общественные организации
Ваш Пенсионный Брокер	41	Интернет	Москва	Федеральный	Финансы
ИА Regnum	39	Информационное агентство	Москва	Федеральный	Бизнес и общественные организации
Katashi.ru	38	Интернет	Москва	Федеральный	Финансы
Newsera.ru	38	Интернет	Москва	Федеральный	Другое
Investfunds.ru	36	Интернет	Москва	Федеральный	Новостные агрегаторы
Эхо Москвы	36	Радио	Москва	Федеральный	Бизнес и общественные организации

Рис. 14. Наиболее активные по количеству сообщений СМИ

б) наиболее активные СМИ по медиа-индексу (рис.15):



Наименование СМИ	МедиаИндекс объектов	Кол-во сообщений	Категория СМИ	Уровень СМИ	Город	Отрасль СМИ
РИА Новости	176,03	59	Информационные агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
РБК (rbc.ru)	131,94	53	Информационные агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ТАСС	129,04	43	Информационные агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ПРАЙМ	71,88	42	Информационные агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Lenta.Ru	62,74	23	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Banki.ru	59,18	55	Интернет	Федеральный	Москва	Финансы
ИА Regnum	58,97	39	Информационные агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Газета.Ru	56,2	31	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
РБК ТВ # Главные новости	54,39	61	ТВ	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
NewsRu.com	54,03	27	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ИА Росбалт	47,57	24	Информационные агентства	Федеральный	Санкт-Петербург	Бизнес и общество
Телеканал Дождь # Здесь и сейчас	44,3	23	ТВ	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Полит.ру	41,48	30	Интернет	Федеральный	Москва	Политика
Эхо Москвы	37,19	36	Радио	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
РИА ФедералПресс	36,8	34	Информационные агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Московский Комсомолец (mk.ru)	35,52	29	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Новые известия	30,76	13	Газеты	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Радио Свобода (svoboda.org)	25,96	12	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Кр.ru	25,76	22	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Коммерсантъ-FM	25,47	14	Радио	Федеральный	Москва	Бизнес и общество

Рис.15. Рейтинг активности СМИ по медиа-индексу

## 7) Разделение сообщений по типам СМИ (рис.16) :

Типы СМИ	Газеты	Журналы	Информационные агентства	Интернет-порталы	ТВ	Радио
("заморозка накопительной части пенсии")	70	22	599	3161	128	76

Рис.16. Разделение сообщений по типам СМИ

8) сообщения по теме «заморозки» распределяются по жанрам следующим образом (рис.17):

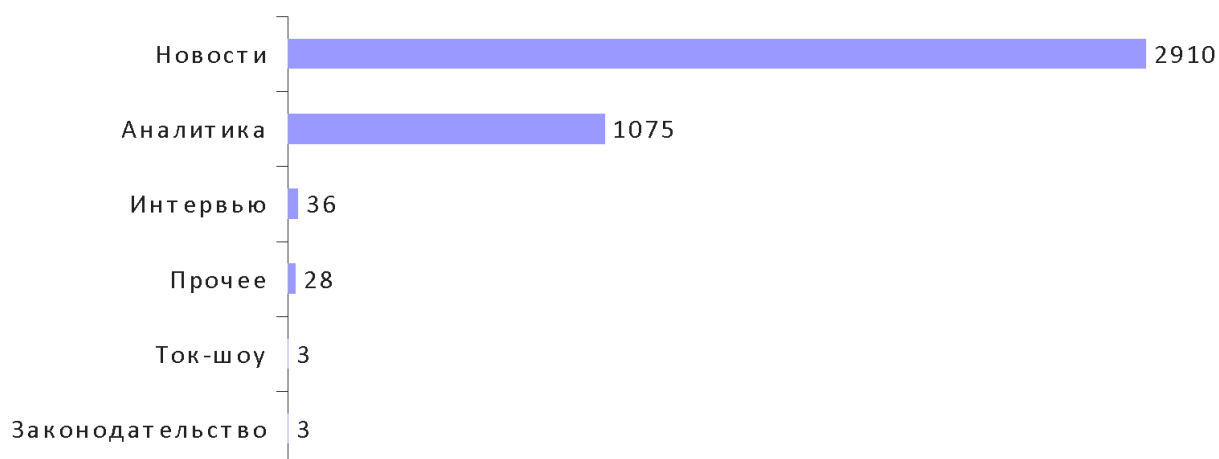


Рис.17. Жанровое распределение сообщений по теме «заморозки»

9) рубрикация сообщений (рис.18):

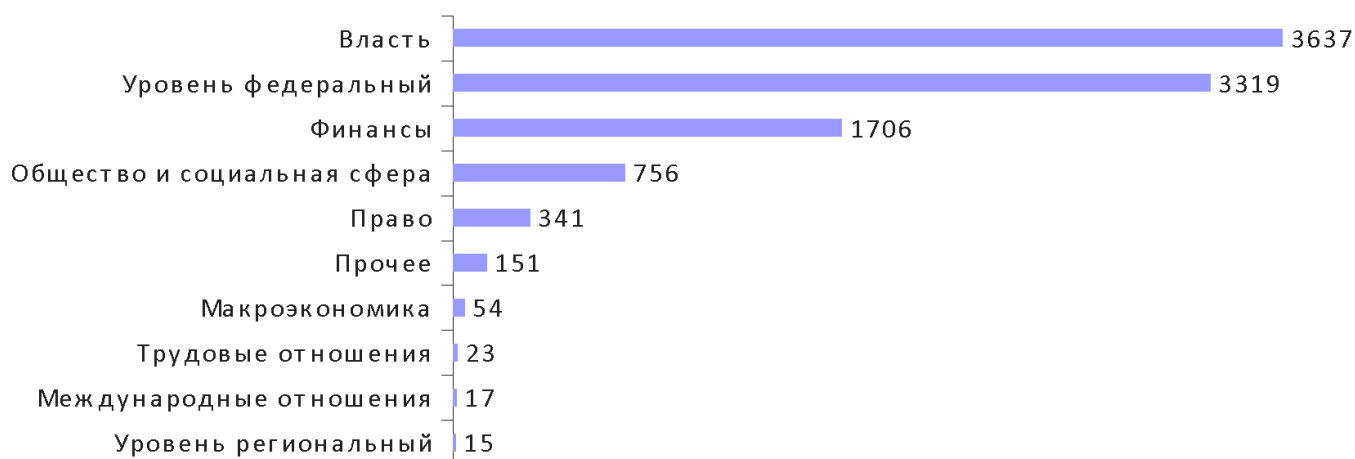


Рис.18. Рубрикация сообщений по теме «заморозки накопительной части пенсии»

Категоризация СМИ по сообщениям на заданную тематику показывает, насколько количество публикаций на интернет-порталах превышает все остальные категории. Почти 600 публикаций — от информагентств, а ТВ-сюжеты превосходят по количеству сообщения по радио, в газетах и журналах.

В) Анализ всех сообщений СМИ федерального уровня всех типов (т.е. телевидение, газеты, журналы, интернет-порталы, информагентства и радио) в период от 01.01.2012г. по 31.12.2016г. по теме «повышения пенсионного возраста» по наиболее упоминаемым объектам, привел к следующим результатам:

## 1) Правительство РФ (рис. 19 - 27):

Всего	Кол-во сообщений	Медиаиндекс	Негативные	Доля негативных	Нейтральные	Доля нейтральных	Позитивные	Доля позитивных	Главная роль	Доля сообщений в главной роли	Цитирование	Доля сообщений с цитатами	Оригинальные сообщения	Перепечатки	Доля перепечаток	Доля перепечаток
17850	50984,68	736	4%	1922	95%	24	1%	676	42%	33%	502	25%	1363	660	33%	
2012	2023	3815,35	77	4%	1922	95%	24	1%	676	42%	33%	502	25%	1363	660	33%
2013	1100	444,66	98	9%	987	90%	15	1%	419	38%	217	20%	640	460	42%	
2014	945	2407,5	54	6%	874	92%	17	2%	331	35%	240	25%	502	443	47%	
2015	9306	32127,2	322	3%	8762	94%	222	2%	4420	47%	2431	26%	5009	4297	46%	
2016	4476	12199,97	185	4%	4126	92%	165	4%	1635	37%	908	20%	2465	2011	45%	

Рис.19 Анализ общего числа сообщений

Рис.20. Анализ общего числа сообщений по годовым периодам

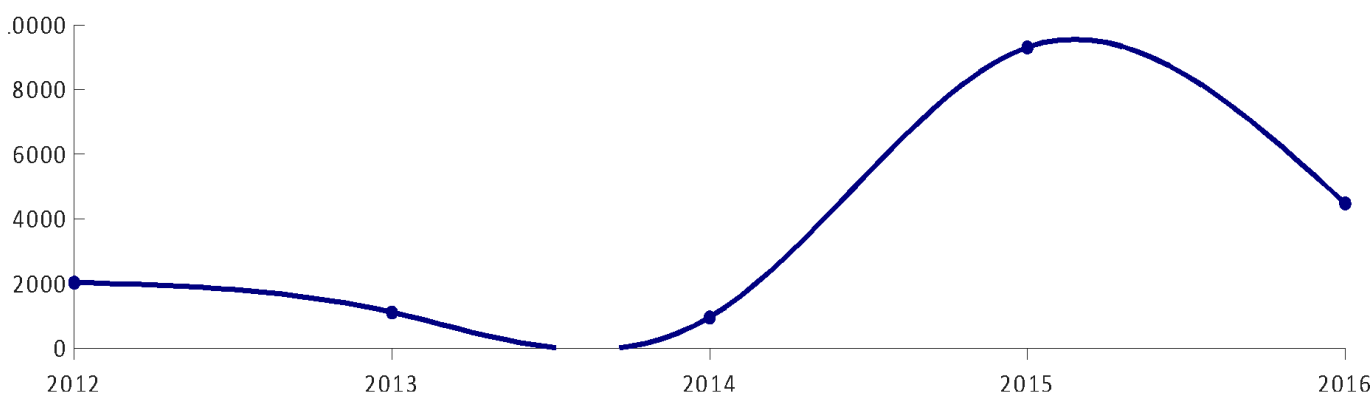


Рис.21. Динамика упоминаний

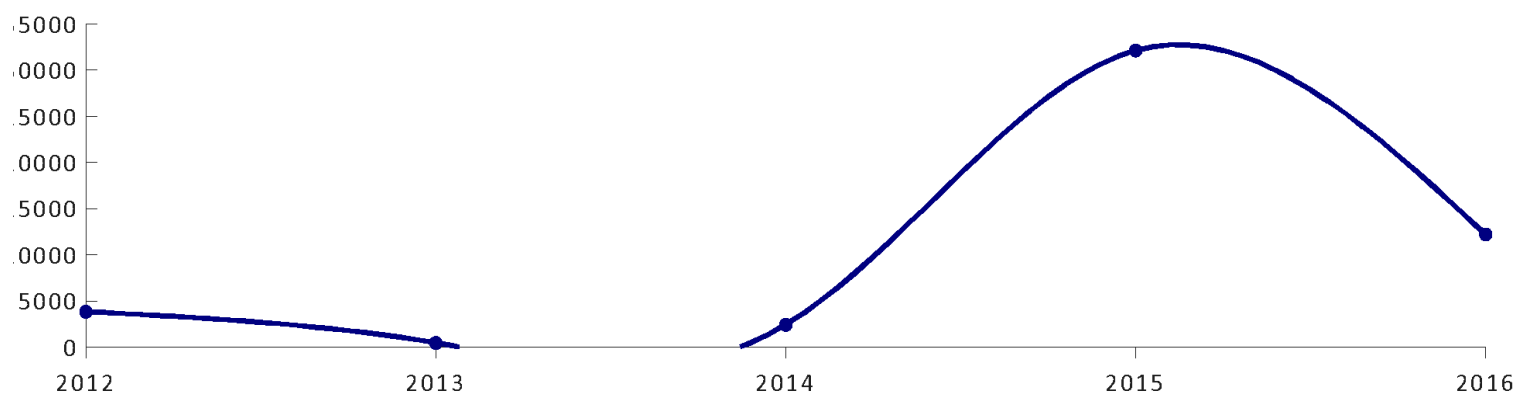
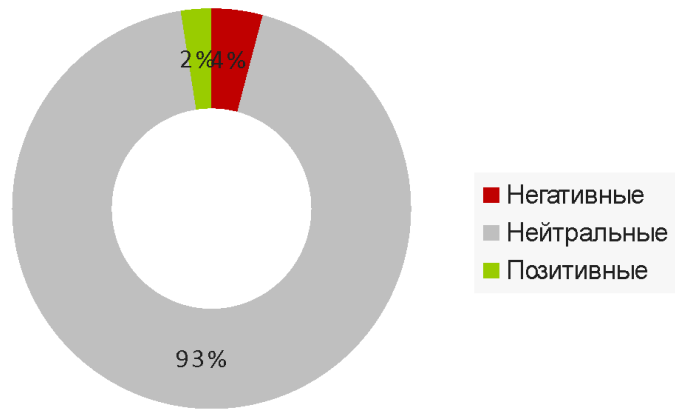


Рис.22. Динамика медиаиндекса



Дата	Позитивные	Доля позитивных	Нейтральные	Доля нейтральных	Негативные	Доля негативных
2012	24	1%	1922	95%	77	4%
2013	15	1%	987	90%	98	9%
2014	17	2%	874	92%	54	6%
2015	222	2%	8762	94%	322	3%
2016	165	4%	4126	92%	185	4%
<b>Итого</b>	<b>443</b>	<b>2%</b>	<b>16671</b>	<b>93%</b>	<b>736</b>	<b>4%</b>

Рис. 23. Тональность сообщений

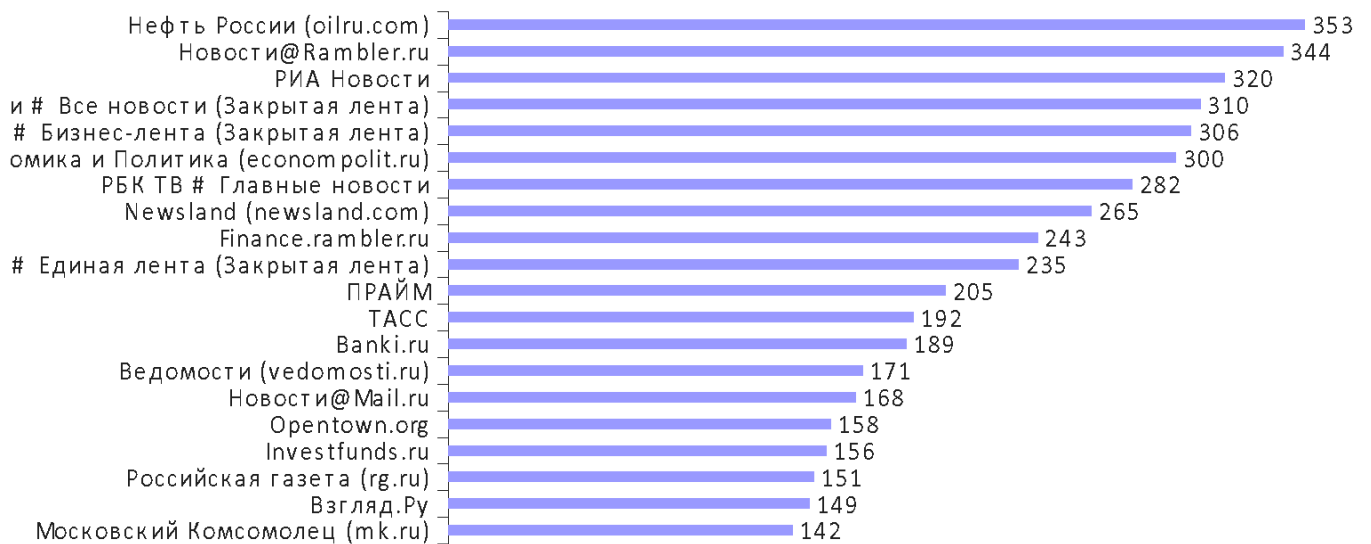
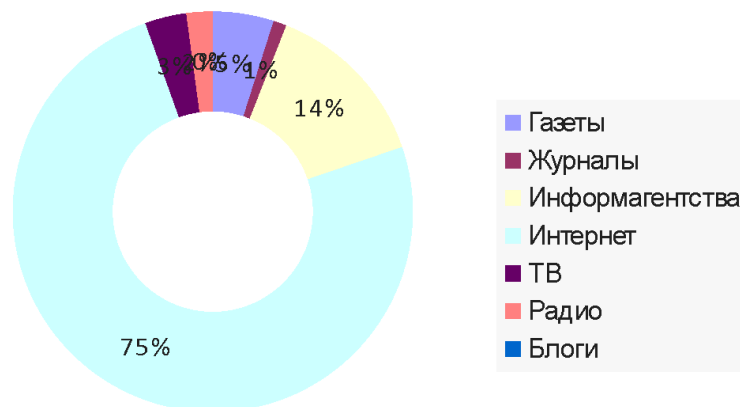


Рис.24. Активность СМИ по количеству сообщений

Наименование СМИ	МедиаИндекс объектов	Кол-во сообщений	Категория СМИ	Уровень СМИ	Город	Отрасль СМИ
РИА Новости	4626,17	320	Информагентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ТАСС	4015,07	192	Информагентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
РБК (rbc.ru)	2409,75	142	Информагентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
РБК ТВ # Главные но	2393,43	282	ТВ	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ПРАЙМ	2307,69	205	Информагентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Lenta.Ru	1996,82	132	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Коммерсантъ	1735,71	49	Газеты	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Российская газета	1697,59	63	Газеты	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
NewsRu.com	1532,23	118	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Российская газета (rg	1306,36	151	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ИА Росбалт	1187,96	139	Информагентства	Федеральный	Санкт-Петербург	Бизнес и общество
Московский Комсомо	1087,45	142	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Газета.Ру	1051,39	130	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Kp.ru	1037,34	135	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Вести.ru	925,54	68	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Полит.ру	831,26	83	Интернет	Федеральный	Москва	Политика
Banki.ru	775,04	189	Интернет	Федеральный	Москва	Финансы
Россия 1 # Вести	734,36	30	ТВ	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Газета РБК	733,63	42	Газеты	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ИА Regnum	702,56	123	Информагентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Взгляд.Ру	690,47	149	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
РИА ФедералПресс	683,97	82	Информагентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Нефть России (oilru.co	627,6	353	Интернет	Федеральный	Москва	ТЭК
Эхо Москвы	626,37	73	Радио	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Русская Служба Ново	607,61	72	Радио	Федеральный	Москва	Бизнес и общество

Рис.25 Активность СМИ по МедиаИндексу



Категории СМИ	Газеты	Журналы	информагентства	Интернет	ТВ	Радио
Правительство РФ	877	192	2458	13344	599	379

Рис.26 Упоминания по типам СМИ

**Топ-10 Газет**

СМИ	Количество сообщений
Ведомости	89
Независимая газета	81
Московский Комсомолец	64
Российская газета	63
Солидарность	58
Коммерсантъ	49
Новые известия	46
Газета РБК	42
Правда	34
Советская Россия	33

**Топ-10 Журналов**

СМИ	Количество сообщений
Профиль	28
Эксперт	20
Коммерсантъ # Деньги	19
Российская Федерация	12
The New Times	10
Бюджет	9
Коммерсантъ # Власть	9
Итоги	8
Компания	7
Огонёк	5

**Топ-10 Инфоагентств**

СМИ	Количество сообщений
РИА Новости	320
РИА Новости # Все новости	310
ПРАЙМ # Бизнес-лента	306
ТАСС # Единая лента (русский)	235
ПРАЙМ	205
ТАСС	192
РБК (rbc.ru)	142
ИА Росбалт	139
ИА Regnum	123
Regions.Ru/Новости Федерации	85

**Топ-10 Интернет-сайтов****Топ-3 Радио**

СМИ	Количество сообщений
Нефть России (oilru.com)	3447
Новости Mail.ru	3007
Российская Служба Новостей	2657
Newsland (Newsland.com)	243
Finance.rambler.ru	189
Banki.ru	171
Ведомости (vedomosti.ru)	168
Новости@Mail.ru	158
Opentown.org	156
Investfunds.ru	156

**Топ-3 ТВ**

СМИ	Количество сообщений
РБК ТВ # Главные новости	282
Телеканал Дождь # Звезда	42
Россия 1 # Вести	30

Рис.27 Рейтинг количества сообщений по типам СМИ

Относительно Правительства РФ примечательным фактом анализа является положительная динамика соотношения между позитивными и негативными по коннотации публикациями. Наибольшее количество

негативных сообщений (по пропорциональности) наблюдается в 2013 и 2014 годах, в то время как за последние два года их количество пропорционально уменьшается (по отношению к количеству позитивных). Также особенно то, что при категоризации СМИ количество публикаций в газетах превосходят количество ТВ- и радиосюжетов.

## 2) Госдума РФ (рис. 28 - 34):

	Кол-во сообщений	МедиаИндекс	Негативные	Доля негативных	Нейтральные	Доля нейтральных	Позитивные	Доля позитивных	Главная роль	Доля сообщений в главной роли	Цитирование	Доля сообщений с цитатами	Оригинальные сообщения	Перепечатки	Доля перепечаток
<b>Всего</b>	<b>9663</b>	<b>37736,57</b>	<b>65</b>	<b>1%</b>	<b>9527</b>	<b>99%</b>	<b>71</b>	<b>1%</b>	<b>3879</b>	<b>40%</b>	<b>2398</b>	<b>25%</b>	<b>5540</b>	<b>4123</b>	<b>43%</b>

	Кол-во сообщений	МедиаИндекс	Негативные	Доля негативных	Нейтральные	Доля нейтральных	Позитивные	Доля позитивных	Главная роль	Доля сообщений в главной роли	Цитирование	Доля сообщений с цитатами	Оригинальные сообщения	Перепечатки	Доля перепечаток
2012	745	2189,27	9	1%	730	98%	6	1%	201	27%	163	22%	571	174	23%
2013	600	2265,13	7	1%	583	97%	10	2%	202	34%	110	18%	347	253	42%
2014	390	1682,16	4	1%	380	97%	6	2%	134	34%	109	28%	211	179	46%
2015	4933	20332,01	33	1%	4868	99%	32	1%	2098	43%	1441	29%	2697	2236	45%
2016	2995	11268	12	0%	2966	99%	17	1%	1244	42%	575	19%	1714	1281	43%

Рис.28 Сводные данные по упоминаниям по теме «повышения пенсионного возраста»

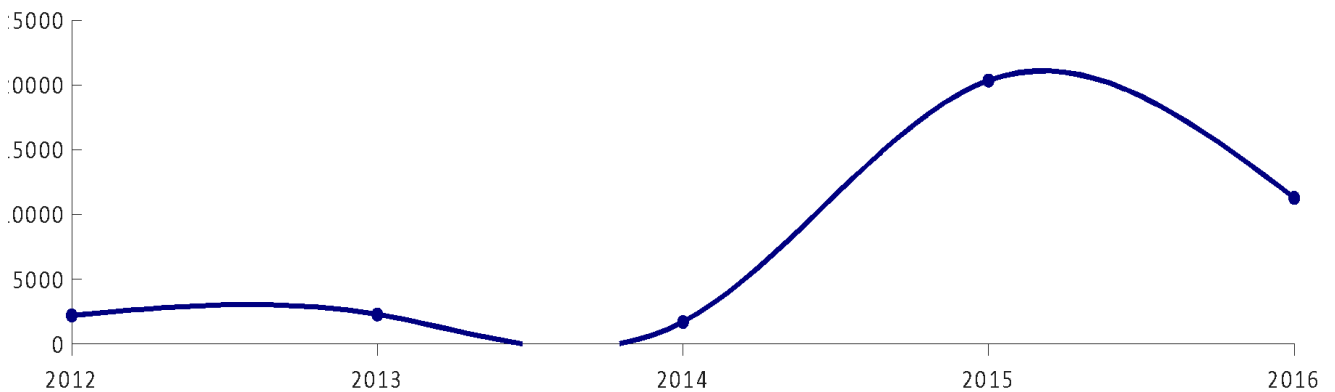


Рис.29 Динамика медиаиндекса



Дата	Позитивные	Доля позитивных	Нейтральные	Доля нейтральных	Негативные	Доля негативных
2012	6	1%	730	98%	9	1%
2013	10	2%	583	97%	7	1%
2014	6	2%	380	97%	4	1%
2015	32	1%	4868	99%	33	1%
2016	17	1%	2966	99%	12	0%
<b>Итого</b>	<b>71</b>	<b>1%</b>	<b>9527</b>	<b>99%</b>	<b>65</b>	<b>1%</b>

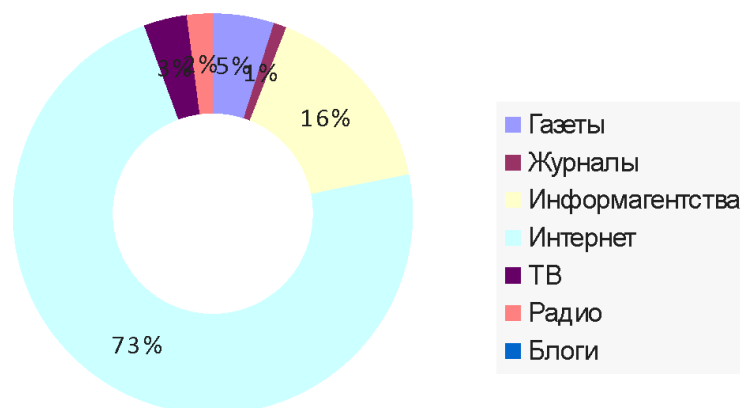
Рис.30 Тональность сообщений

Наименование СМИ	Кол-во сообщений	Категория СМИ	Город	Уровень СМИ	Отрасль СМИ
РИА Новости	235	Информагентств	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
Экономика и Политика	229	Интернет	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
Новости@Rambler.ru	224	Интернет	Москва	Федеральный	Новостные агрегаторы
РИА Новости # Все новости	212	Информагентств	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
Нефть России (oilru.com)	174	Интернет	Москва	Федеральный	ТЭК
ПРАЙМ # Бизнес-лендинг	171	Информагентств	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
Официальный сайт правительства	160	Интернет	Москва	Федеральный	Политика
Новости политический	155	Интернет	Москва	Федеральный	Политика
ТАСС # Единая лента	153	Информагентств	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
РБК ТВ # Главные новости	129	ТВ	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
Newsland (newsland.com)	127	Интернет	Москва	Федеральный	Новостные агрегаторы
ПРАЙМ	110	Информагентств	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
ТАСС	106	Информагентств	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
ИА Regnum	103	Информагентств	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
Opentown.org	98	Интернет	Москва	Федеральный	Новостные агрегаторы
Российская газета (rg.ru)	92	Интернет	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
Finance.rambler.ru	91	Интернет	Москва	Федеральный	Новостные агрегаторы
Regions.Ru/Новости	77	Информагентств	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
Парламентская газета	70	Интернет	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
ИА Росбалт	68	Информагентств	Санкт-Петербург	Федеральный	Бизнес и общество
Московский Комсомолец	67	Интернет	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
Kp.ru	66	Интернет	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
Русская планета (rusplaneta.ru)	64	Интернет	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
Banki.ru	63	Интернет	Москва	Федеральный	Финансы
Investfunds.ru	62	Интернет	Москва	Федеральный	Новостные агрегаторы
Ведомости (vedomosti.ru)	61	Интернет	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
Русская Служба Новостей	61	Радио	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
Новости@Mail.ru	60	Интернет	Москва	Федеральный	Новостные агрегаторы
Официальный сайт правительства	60	Интернет	Москва	Федеральный	Политика
РБК (rbc.ru)	60	Информагентств	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
Социальная карта России	58	Интернет	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
Lenta.Ru	57	Интернет	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
Аргументы и Факты	54	Интернет	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
Россия сегодня (russia.ru)	53	Интернет	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
МГК КПРФ (msk.kprf.ru)	51	Интернет	Москва	Федеральный	Политика
Российская газета	51	Газеты	Москва	Федеральный	Бизнес и общество

Рис.31 Активность СМИ по количеству сообщений

Наименование СМИ	МедиаИндекс объектов	Кол-во сообщений	Категория СМИ	Уровень СМИ	Город	Отрасль СМИ
РИА Новости	4521,81	235	Информ агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ТАСС	2322,74	106	Информ агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ИА Regnum	1330,9	103	Информ агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
РБК ТВ # Главные но	1121,05	129	ТВ	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
РБК (rbc.ru)	1086,52	60	Информ агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Российская газета	1079,05	51	Газеты	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ПРАЙМ	1004,03	110	Информ агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Lenta.Ru	963,73	57	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Московский Комсомо	927,08	67	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Русская Служба Ново	876,86	61	Радио	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Российская газета (rg	861,62	92	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ИА Росбалт	817,82	68	Информ агентства	Федеральный	Санкт-Петербург	Бизнес и общество
Телеканал Дождь # Э	742,6	29	ТВ	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Kp.ru	657,78	66	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Московский Комсомо	631,93	28	Газеты	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Россия 1 # Вести	606,76	23	ТВ	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Газета.Ru	577,62	50	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
NewsRu.com	570,82	34	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
1 Канал # Новости	470,28	19	ТВ	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Известия	454,28	12	Газеты	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Коммерсантъ	431,82	18	Газеты	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
1 Канал # Время	431,45	9	ТВ	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Полит.ру	410,31	49	Интернет	Федеральный	Москва	Политика
Ведомости	401,53	28	Газеты	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Banki.ru	383,23	63	Интернет	Федеральный	Москва	Финансы
Эхо Москвы	372,66	26	Радио	Федеральный	Москва	Бизнес и общество

Рис.32 Активность СМИ по медиаиндексу



Типы СМИ	Газеты	Журналы	Информ агентства	Интернет	ТВ	Радио
Госдума РФ	478	100	1532	7013	337	203

Рис.33 Распределение сообщений по типам СМИ

**Топ-10 Газет**

СМИ	Количество сообщений
Российская газета	51
Солидарность	36
Советская Россия	32
Ведомости	28
Московский Комсомолец	28
Правда	28
Газета РБК	23
Новые известия	22
Коммерсантъ	18
Парламентская газета	18

**Топ-10 Журналов**

СМИ	Количество сообщений
Профиль	17
Российская Федерация	12
Коммерсантъ # Деньги	9
Коммерсантъ # Власть	7
The New Times	6
Компания	5
Финансовый контроль	5
Бюджет	4
Эксперт	4
Политическое просвещение	3

**Топ-10 Информационных агентств**

СМИ	Количество сообщений
РИА Новости	235
РИА Новости # Все новости	212
ПРАЙМ # Бизнес-лента	171
ТАСС # Единая лента (русский)	153
ПРАЙМ	110
ТАСС	106
ИА Regnum	103
Regions.Ru/Новости Федерации	77
ИА Росбалт	68
РБК (rbc.ru)	60

**Топ-10 Интернет-сайтов**

СМИ	Количество сообщений
Экономика и Политика	229
Новости@Rambler.ru	224
Нефть России (oilru.com)	174
Официальный сайт парламента	160
Новости политических партий	155
Newsland (newsland.com)	127
Opentown.org	98
Российская газета (rg.ru)	92
Finance.rambler.ru	91
Парламентская газета	70

**Топ-3 ТВ**

СМИ	Количество сообщений
РБК ТВ # Главные новости	129
Телеканал Дождь # Здравоохранение	29
Общественное телевидение России	24

**Топ-3 Радио**

СМИ	Количество сообщений
Русская Служба Новостей	61
Эхо Москвы # Передачи	35
Эхо Москвы	26

Рис.34 Рейтинг СМИ по кол-ву сообщений

Тональность публикаций с объектом в виде Госдумы РФ в основном нейтральна (в 99% случаев). Соотношение позитивных и негативных публикаций - почти один к одному. Так же как и у Правительства РФ

наблюдается немного превосходящее количество газетных публикаций по сравнению с ТВ-сюжетами и радиопубликациями, сохраняется лидерство интернет-сайтов и информагенств (в соотношении 5:1).

### 3) Министерство финансов РФ (рис.35 - 41):

	Кол-во сообщений	МедиаИндекс	Негативные	Доля негативных	Нейтральные	Доля нейтральных	Позитивные	Доля позитивных	Главная роль	Доля сообщений в главной роли	Цитирование	Доля сообщений с цитатами	Оригинальные сообщения	Перепечатки	Доля перепечаток
<b>Всего</b>	<b>12561</b>	<b>37772,18</b>	<b>316</b>	<b>3%</b>	<b>11921</b>	<b>95%</b>	<b>324</b>	<b>3%</b>	<b>4662</b>	<b>37%</b>	<b>6878</b>	<b>55%</b>	<b>6887</b>	<b>5674</b>	<b>45%</b>

	Кол-во сообщений	МедиаИндекс	Негативные	Доля негативных	Нейтральные	Доля нейтральных	Позитивные	Доля позитивных	Главная роль	Доля сообщений в главной роли	Цитирование	Доля сообщений с цитатами	Оригинальные сообщения	Перепечатки	Доля перепечаток
2012	1164	2834,66	22	2%	1136	98%	6	1%	360	31%	547	47%	781	383	33%
2013	487	697,78	16	3%	471	97%	0	0%	131	27%	192	39%	258	229	47%
2014	839	1443,56	66	8%	758	90%	15	2%	366	44%	509	61%	430	409	49%
2015	7136	25463,36	142	2%	6769	95%	225	3%	2859	40%	4170	58%	3820	3316	46%
2016	2935	7332,82	70	2%	2787	95%	78	3%	946	32%	1460	50%	1598	1337	46%

Рис. 35 Сводные данные по упоминаниям

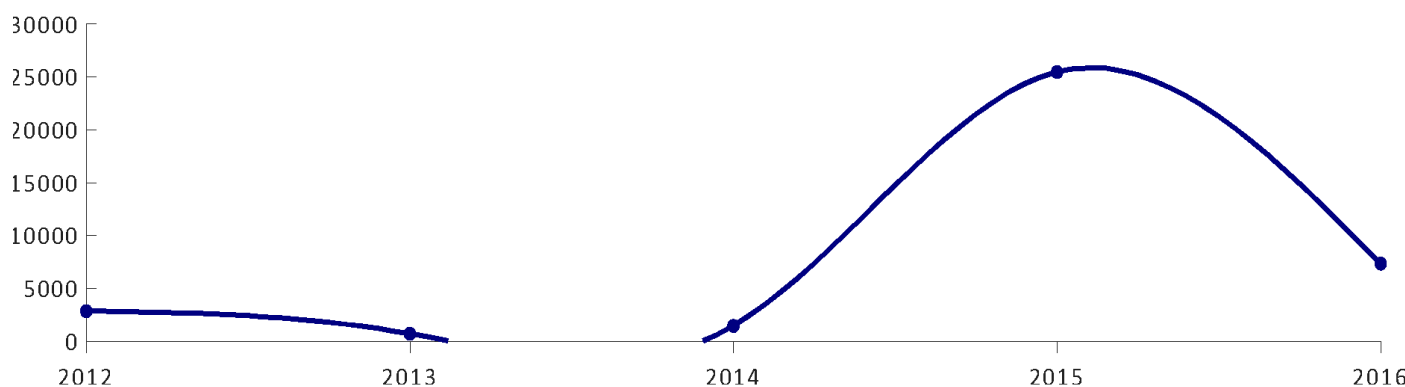


Рис.36 Динамика совокупного медиаиндекса сообщений

Дата	Позитивные	Доля позитивных	Нейтральные	Доля нейтральных	Негативные	Доля негативных
2012	6	1%	1136	98%	22	2%
2013	0	0%	471	97%	16	3%
2014	15	2%	758	90%	66	8%
2015	225	3%	6769	95%	142	2%
2016	78	3%	2787	95%	70	2%
<b>Итого</b>	<b>324</b>	<b>3%</b>	<b>11921</b>	<b>95%</b>	<b>316</b>	<b>3%</b>

Рис.37 Тональность сообщений

Наименование СМИ	Кол-во сообщений	Категория СМИ	Город	Уровень СМИ	Отрасль СМИ
Новости@Rambler.ru	165	Интернет	Москва	Федеральный	Новостные агрегаты
ПРАЙМ # Бизнес-лен	95	Информационное агентство	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
Finance.rambler.ru	80	Интернет	Москва	Федеральный	Новостные агрегаты
РИА Новости # Все н	77	Информационное агентство	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
ТАСС # Единая лента	69	Информационное агентство	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
РБК ТВ # Главные но	61	ТВ	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
Нефть России (oilru.c	60	Интернет	Москва	Федеральный	ТЭК
РИА Новости	59	Информационное агентство	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
Banki.ru	55	Интернет	Москва	Федеральный	Финансы
РБК (rbc.ru)	53	Информационное агентство	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
Newsland (newsland.c	52	Интернет	Москва	Федеральный	Новостные агрегаты
Findnews.ru	51	Интернет	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
ТАСС	43	Информационное агентство	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
Экономика и Полити	43	Интернет	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
ПРАЙМ	42	Информационное агентство	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
Ваш Пенсионный Бро	41	Интернет	Москва	Федеральный	Финансы
ИА Regnum	39	Информационное агентство	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
Katashi.ru	38	Интернет	Москва	Федеральный	Финансы
Newsera.ru	38	Интернет	Москва	Федеральный	Другое
Investfunds.ru	36	Интернет	Москва	Федеральный	Новостные агрегаты
Эхо Москвы	36	Радио	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
РИА ФедералПресс	34	Информационное агентство	Москва	Федеральный	Бизнес и общество
MSN (msn.com)	33	Интернет	Москва	Федеральный	Новостные агрегаты
Finanz.ru	32	Интернет	Москва	Федеральный	Финансы
Pensia Market.ru	32	Интернет	Москва	Федеральный	Новостные агрегаты
Газета.Ru	31	Интернет	Москва	Федеральный	Бизнес и общество

Рис.38. Активность СМИ по количеству сообщений

Наименование СМИ	МедиаИндекс объектов	Кол-во сообщений	Категория СМИ	Уровень СМИ	Город	Отрасль СМИ
РИА Новости	2829,5	210	Информационное агентство	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ТАСС	2354,02	90	Информационное агентство	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
РБК (rbc.ru)	2245,35	118	Информационное агентство	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
РБК ТВ # Главные но	1749,52	232	ТВ	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Lenta.Ru	1733,82	109	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ПРАЙМ	1572,44	160	Информационное агентство	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
NewsRu.com	1156,71	93	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Banki.ru	1143,85	154	Интернет	Федеральный	Москва	Финансы
Российская газета	1084,16	42	Газеты	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Газета.Ru	1078,24	84	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Кр.ru	761,14	92	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Московский Комсомо	761,13	94	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ИА Росбалт	742,16	97	Информационное агентство	Федеральный	Санкт-Петербург	Бизнес и общество
РИА ФедералПресс	706,07	70	Информационное агентство	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Полит.ру	617,76	62	Интернет	Федеральный	Москва	Политика
Коммерсантъ	562,43	27	Газеты	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ИА Regnum	560,24	75	Информационное агентство	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Русская Служба Ново	555,43	52	Радио	Федеральный	Москва	Бизнес и общество

Рис.39 Активность СМИ по медиаиндексу

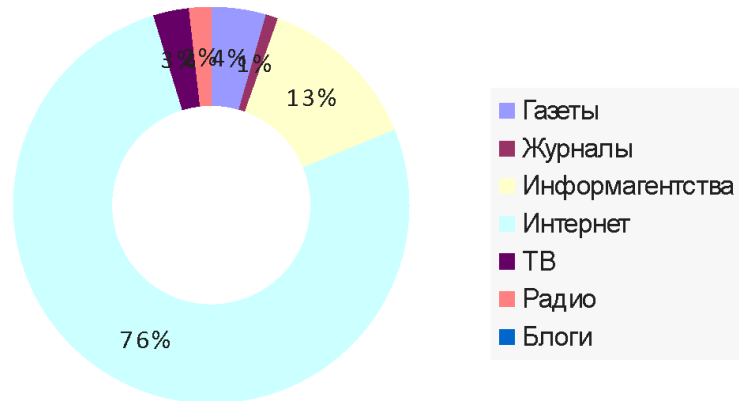


Рис. 40 Распределение сообщений по типам СМИ

Типы СМИ	Газеты	Журналы	Информагентства	Интернет	ТВ	Радио
Министерство финансов РФ	558	128	1674	9606	366	229

СМИ	Количество сообщений	СМИ	Количество сообщений
Ведомости	62	Коммерсантъ # Деньги	18
Независимая газета	58	Профиль	18
Российская газета	42	Эксперт	16
Новые известия	37	Бюджет	9
Московский Комсомолец	35	Компания	8
Газета РБК	30	Коммерсантъ # Власть	7
Солидарность	30	Российская Федерация	7
Коммерсантъ	27	The New Times	4
Комсомольская правда	22	Прямые инвестиции	4
Новая газета	18	Огонёк	3

## Топ-10 Инф ормагентств

СМИ	Количество сообщений
ПРАЙМ # Бизнес-лента	244
РИА Новости	210
РИА Новости # Все нов	204
ПРАЙМ	160
РБК (rbc.ru)	118
ТАСС # Единая лента (	110
ИА Росбалт	97
ТАСС	90
ИА Regnum	75
РИА ФедералПресс	70

## Топ-3 ТВ

СМИ	Количество сообщений
РБК ТВ # Главные новс	232
Телеканал Дождь # Зд	21
РБК ТВ # Деловое утро	19

## Топ-10 Интернет-сайтов

СМИ	Количество сообщений
Нефть России (oilru.cor	290
Новости@Rambler.ru	261
Экономика и Политика	239
Finance.rambler.ru	227
Newsland (newsland.cor	197
Banki.ru	154
Opentown.org	119
Ведомости (vedomosti.	119
Новости@Mail.ru	116
Investfunds.ru	114

## Топ-3 Радио

СМИ	Количество сообщений
Русская Служба Новост	52
Авторadio (avtoradio.ru	35
Эхо Москвы	33

Рис.41 Рейтинг СМИ по количеству сообщений

Категоризация СМИ при объекте «Министерство финансов РФ» показала приблизительно то же соотношение, что и в первых двух объектах: так же газетные публикации превосходят ТВ, радио и журналы, но значительно уступают по количеству публикациям информагентств и различных интернет-порталов. Сообщений позитивной тональности больше негативных только в последние два года (т. е. 2015 и 2016), всплеск упоминаемости вкупе с большим количеством эмоционально окрашенных публикаций приходится на 2015 год, при этом в 2013 и 2014 годах негативных публикаций больше позитивных, однако количество эмоционально окрашенных публикаций вообще было несоизмеримо меньше в последние два года.

4) Пенсионный Фонд РФ (рис.42 - 48):

	Кол-во сообщений	МедиаИндекс	Негативные	Доля негативных	Нейтральные	Доля нейтральных	Позитивные	Доля позитивных	Главная роль	Доля сообщений в главной роли	Цитирование	Доля сообщений с цитатами	Оригинальные сообщения	Перепечатки	Доля перепечаток
2012	1603	1035,21	178	11%	1403	88%	22	1%	680	42%	273	17%	1072	531	33%
2013	873	212,68	102	12%	760	87%	11	1%	265	30%	146	17%	494	379	43%
2014	495	-10,62	88	18%	372	75%	35	7%	118	24%	83	17%	267	228	46%
2015	3183	7407,63	367	12%	2475	78%	341	11%	816	26%	417	13%	1709	1474	46%
2016	2370	5287,57	241	10%	1871	79%	258	11%	888	37%	628	26%	1313	1057	45%
<b>Всего</b>	<b>8524</b>	<b>13932,47</b>	<b>976</b>	<b>11%</b>	<b>6881</b>	<b>81%</b>	<b>667</b>	<b>8%</b>	<b>2767</b>	<b>32%</b>	<b>1547</b>	<b>18%</b>	<b>4855</b>	<b>3669</b>	<b>43%</b>

Рис. 42 Сводные данные

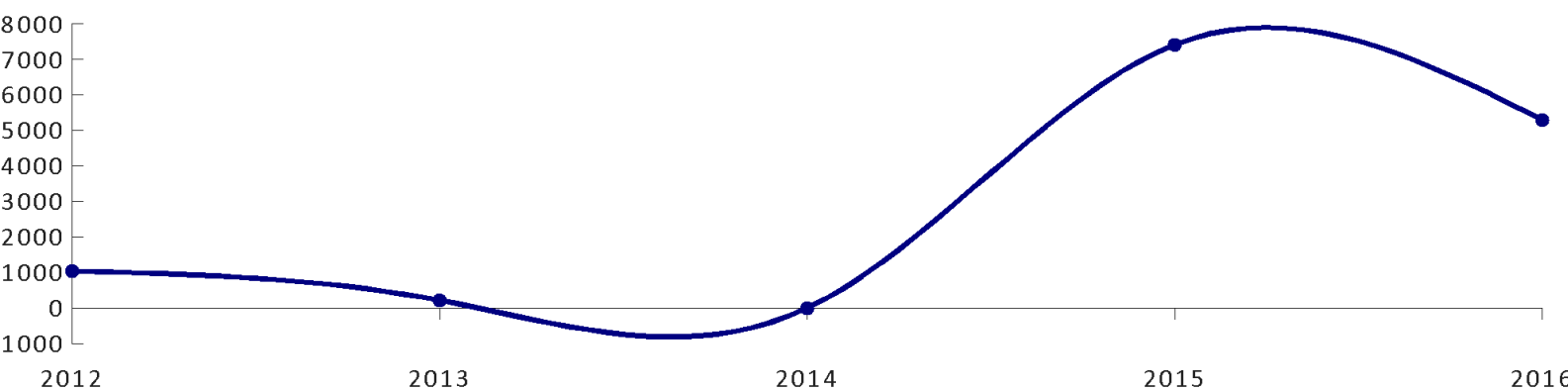


Рис.43 Динамика медиаиндекса

Дата	Позитивные	Доля позитивных	Нейтральные	Доля нейтральных	Негативные	Доля негативных
2012	22	1%	1403	88%	178	11%
2013	11	1%	760	87%	102	12%
2014	35	7%	372	75%	88	18%
2015	341	11%	2475	78%	367	12%
2016	258	11%	1871	79%	241	10%
<b>Итого</b>	<b>667</b>	<b>8%</b>	<b>6881</b>	<b>81%</b>	<b>976</b>	<b>11%</b>

Рис.44 Тональность сообщений



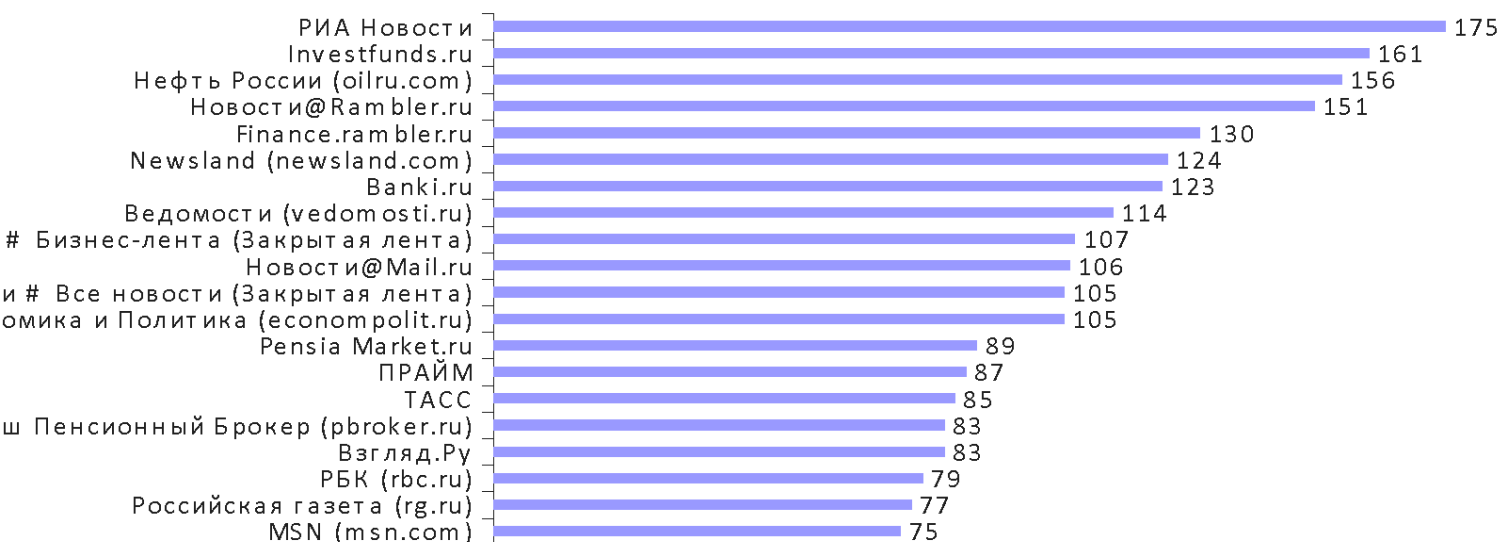
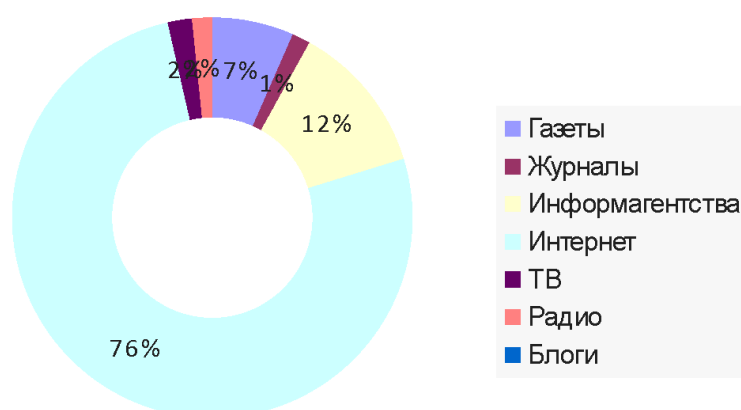


Рис.45 Активность СМИ по количеству сообщений

Наименование СМИ	МедиаИндекс объектов	Кол-во сообщений	Категория СМИ	Уровень СМИ	Город	Отрасль СМИ
РИА Новости	2111,25	175	Информангентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ТАСС	1710,15	85	Информангентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
РБК (rbc.ru)	924,09	79	Информангентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ПРАЙМ	812,54	87	Информангентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Lenta.Ru	744,14	72	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Коммерсантъ	688,25	29	Газеты	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Banki.ru	617,82	123	Интернет	Федеральный	Москва	Финансы
Российская газета (rg.ru)	466,73	77	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Газета.Ru	379,78	54	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Российская газета	351,97	47	Газеты	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ИА Regnum	322,42	61	Информангентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ИА Росбалт	303,93	55	Информангентства	Федеральный	Санкт-Петербург	Бизнес и общество
NewsRu.com	271,32	63	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Независимая газета	247,9	49	Газеты	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
РБК ТВ # Главные новости	239,55	58	ТВ	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Русская Служба Новостей	239,25	22	Радио	Федеральный	Москва	Бизнес и общество

Рис.46 Активность СМИ по медиаиндексу



Типы СМИ	Газеты	Журналы	Информагентства	Интернет	ТВ	Радио
Пенсионный фонд РФ	561	126	1038	6493	167	139

Рис.47 Распределение сообщений по типам СМИ

## Топ-10 Газет

СМИ	Количество сообщений
Ведомости	63
Независимая газета	49
Российская газета	47
Московский Комсомолец	44
Солидарность	36
Новые известия	35
Коммерсантъ	29
Газета РБК	27
Известия	20
Комсомольская правда	19
РИА Новости	175
ПРАЙМ # Бизнес-лента	107
РИА Новости # Все нов	105
ПРАЙМ	87
ТАСС	85
РБК (rbc.ru)	79
ТАСС # Единая лента (	74
ИА Regnum	61
ИА Росбалт	55
РИА ФедералПресс	35

## Топ-10 Журналов

СМИ	Количество сообщений
Профиль	18
Эксперт	14
Коммерсантъ # Деньги	12
Российская Федерация	7
Бюджет	6
Итоги	6
The New Times	5
Русский полис	5
BOCC	4
Вопросы экономики	4
Investfunds.ru	161
Нефть России (oilru.com)	156
Новости@Rambler.ru	151
Finance.rambler.ru	130
Newsland (newsland.com)	124
Banki.ru	123
Ведомости (vedomosti.ru)	114
Новости@Mail.ru	106
Экономика и Политика	105
Pensia Market.ru	89

## Топ-3 ТВ

СМИ	Количество сообщений
РБК ТВ # Главные новости	58
РБК ТВ # Тематическая	15
Телеканал Дождь # 3д	14

## Топ-3 Радио

СМИ	Количество сообщений
Эхо Москвы # Передачи	27
Коммерсантъ -FM	23
Вести FM	22

Рис.48 Рейтинг СМИ по количеству сообщений при распределении по типам

Динамика тональности сообщений по теме «повышения пенсионного возраста» показывает необычную картину: за 2012-2014 год количество негативных публикаций составляло 11-12 и 18% соответственно, в то время как позитивных публикаций всего 1-2 и 7% соответственно. Однако также наблюдается положительная динамика в отношении позитивных публикаций с течением времени: в 2015-16 годах количество негативных и позитивных сообщений стало практически одинаковым. На лицо повышение эффективности взаимодействия ПФР со СМИ и населением.

Г) Анализ всех сообщений СМИ федерального уровня всех типов (т.е. телевидение, газеты, журналы, интернет-порталы, информагентства и радио) в период от 01.01.2012г. по 31.12.2016г. по теме «заморозки накопительной части пенсии», где фигурируют самые упоминаемые объекты, привел к следующим результатам:

## 1) Правительство РФ (рис. 49 - 54):

	Кол-во сообщений	МедиаИндекс	Негативные	Доля негативных	Нейтральные	Доля нейтральных	Позитивные	Доля позитивных	Главная роль	Доля сообщений в главной роли	Цитирование	Доля сообщений с цитатами	Оригинальные сообщения	Перепечатки	Доля перепечаток
<b>Всего</b>	<b>2713</b>	<b>8262,5</b>	<b>254</b>	<b>9%</b>	<b>2400</b>	<b>88%</b>	<b>59</b>	<b>2%</b>	<b>1602</b>	<b>59%</b>	<b>838</b>	<b>31%</b>	<b>1483</b>	<b>1230</b>	<b>45%</b>

	Кол-во сообщений	МедиаИндекс	Негативные	Доля негативных	Нейтральные	Доля нейтральных	Позитивные	Доля позитивных	Главная роль	Доля сообщений в главной роли	Цитирование	Доля сообщений с цитатами	Оригинальные сообщения	Перепечатки	Доля перепечаток
2012	0	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0%
2013	45	124,13	9	20%	36	80%	0	0%	33	73%	8	18%	28	17	38%
2014	440	693,86	78	18%	362	82%	0	0%	273	62%	188	43%	225	215	49%
2015	1169	4296,51	60	5%	1079	92%	30	3%	697	60%	318	27%	633	536	46%
2016	1059	3148	107	10%	923	87%	29	3%	599	57%	324	31%	597	462	44%

Рис. 49 Сводные данные

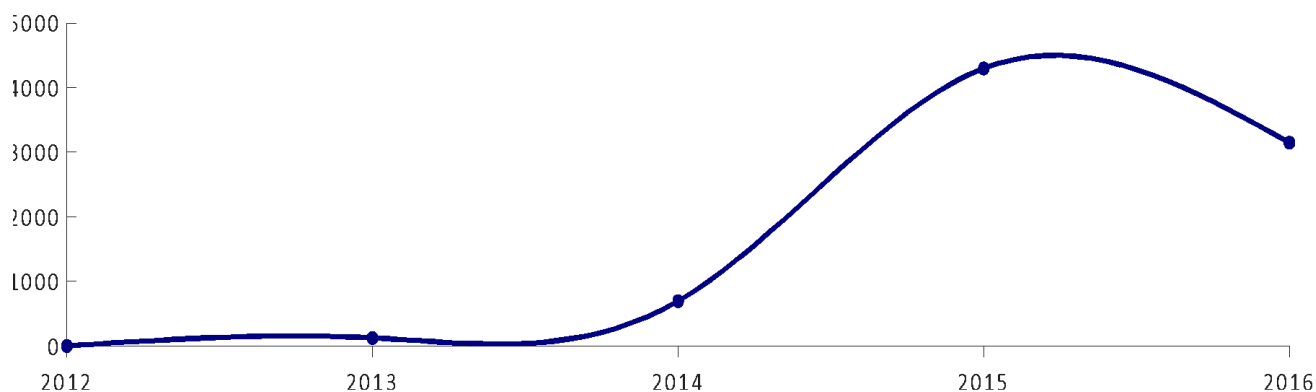


Рис. 50 Динамика медиаиндекса

Дата	Позитивные	Доля позитивных	Нейтральные	Доля нейтральных	Негативные	Доля негативных
2012	0	0%	0	0%	0	0%
2013	0	0%	36	80%	9	20%
2014	0	0%	362	82%	78	18%
2015	30	3%	1079	92%	60	5%
2016	29	3%	923	87%	107	10%
<b>Итого</b>	<b>59</b>	<b>2%</b>	<b>2400</b>	<b>88%</b>	<b>254</b>	<b>9%</b>

Рис. 51 Тональность сообщений

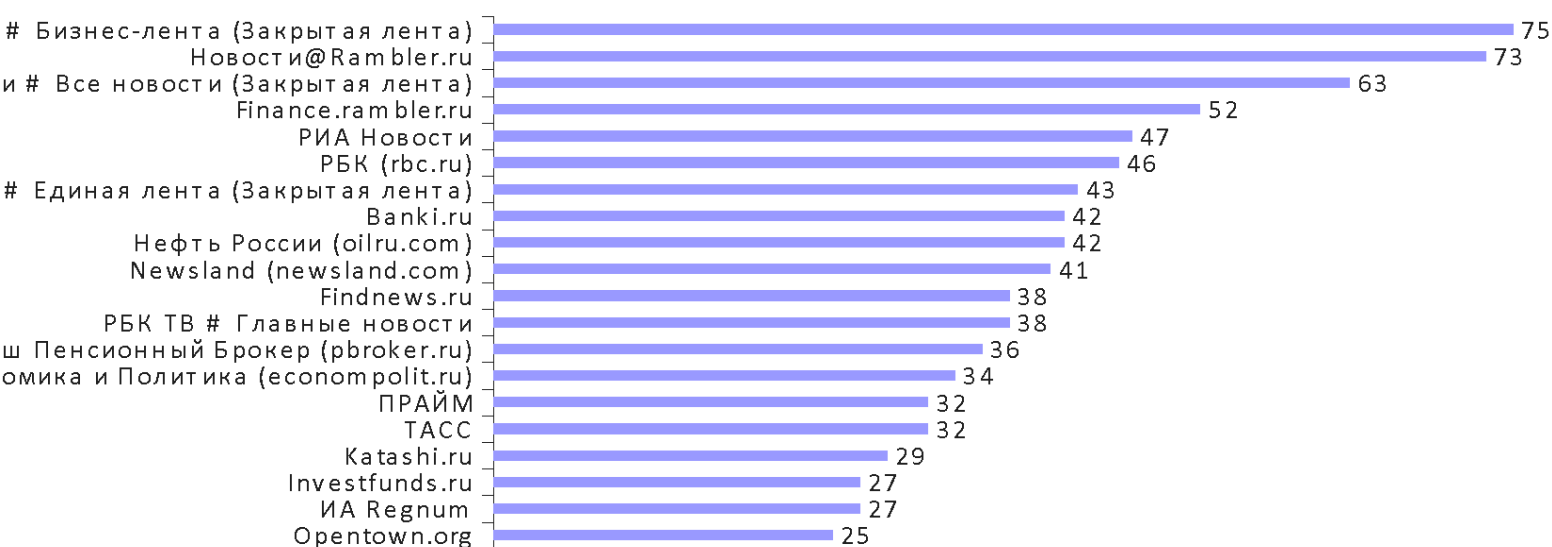


Рис. 52 Наиболее активные СМИ по количеству сообщений

Наименование СМИ	МедиаИндекс объектов	Кол-во сообщений	Категория СМИ	Уровень СМИ	Город	Отрасль СМИ
РИА Новости	1281,3	47	Информ агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
РБК (rbc.ru)	1248,54	46	Информ агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ТАСС	421,42	32	Информ агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Lenta.Ru	357,34	16	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
РБК ТВ # Главные новости	349,93	38	ТВ	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Газета.Ru	325,23	18	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ИА Regnum	323,77	27	Информ агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Republic.ru	241,97	18	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ИА Росбалт	238,79	18	Информ агентства	Федеральный	Санкт-Петербург	Бизнес и общество
NewsRu.com	223,64	24	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Эхо Москвы	212,69	18	Радио	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Banki.ru	207,15	42	Интернет	Федеральный	Москва	Финансы
ПРАЙМ	202,78	32	Информ агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Kp.ru	169,75	14	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Радио Свобода (svoboda.ru)	162,86	7	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Полит.ру	160,78	19	Интернет	Федеральный	Москва	Политика
Телеканал Дождь # Эфир	157,95	15	ТВ	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Вести. Экономика (vesti.ru)	156,5	14	Интернет	Федеральный	Москва	Финансы
Телеканал Дождь (tvrain.ru)	156,01	9	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Коммерсантъ - FM	153,2	10	Радио	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Российская газета (rg.ru)	150,88	15	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Взгляд.Ру	150,72	20	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Forbes.ru	138,79	18	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Аргументы и Факты (aif.ru)	133,01	21	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Business FM (bfm.ru)	121,38	14	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
НТВ (ntv.ru)	107,48	14	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ИА Rambler News Service	99,8	9	Информ агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Россия 1 # Вести	98,38	3	ТВ	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Московский Комсомолец	98,03	20	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Российская газета	94,95	3	Газеты	Федеральный	Москва	Бизнес и общество

Рис 53 Наиболее активные СМИ по медиаиндексу

Категории СМИ	Газеты	Журналы	Информ агентства	Интернет	ТВ	Радио
Правительство РФ	48	18	441	2082	83	41

## Топ-10 Газет

СМИ	Количество сообщений
Новые известия	11
Газета РБК	8
Коммерсантъ	4
Московский Комсомолец	4
Финансовая газета	4
Российская газета	3
Солидарность	3
Независимая газета	2
Новая газета	2
Совершенно секретно	2

## Топ-10 Журналов

СМИ	Количество сообщений
Коммерсантъ # Деньги	4
Профиль	3
БДМ. Банки и деловой	2
Огонёк	2
Star Hit	1
The New Times	1
БОСС	1
Бюджет	1
Компания	1
Российская Федерация	1

## Топ-10 Инф ормагентств

СМИ	Количество сообщений
ПРАЙМ # Бизнес-лента	75
РИА Новости # Все нов	63
РИА Новости	47
РБК (rbc.ru)	46
ТАСС # Единая лента (	43
ПРАЙМ	32
ТАСС	32
ИА Regnum	27
РИА ФедералПресс	21
ИА Росбалт	18

## Топ-10 Интернет-сайтов

СМИ	Количество сообщений
Новости@Rambler.ru	73
Finance.rambler.ru	52
Banki.ru	42
Нефть России (oilru.com)	42
Newsland (newsland.com)	41
Findnews.ru	38
Ваш Пенсионный Брокер	36
Экономика и Политика	34
Katashi.ru	29
Investfunds.ru	27

## Топ-3 ТВ

СМИ	Количество сообщений
РБК ТВ # Главные новости	38
Телеканал Дождь # 3д	15
Россия 24	9

## Топ-3 Радио

СМИ	Количество сообщений
Эхо Москвы	18
Коммерсантъ-FM	10
Авторадио (avtoradio.ru)	5

Рис. 54 Рейтинг СМИ (по типам)

Анализ публикаций по тональности, где в качестве объекта фигурирует Правительство РФ, показал положительную динамику роста соотношения позитивных и негативных сообщений. Если в период с 2012 по 2014 год

негативных сообщений было заметно больше позитивных, к 2015 году количество негативных превосходило позитивные сообщения всего почти в два раза, но в 2016 положение опять несколько ухудшилось, достигнув соотношения 4:1. За весь рассматриваемый период соотношение негативных публикаций и позитивных составило 5:1, настолько количество негативных было большим за первые три года периода. Примечателен факт, что ТВ-сюжетов было больше публикаций в газетах, журналах и радио.

## 2) Пенсионный фонд РФ (рис. 55 — 60);

	Кол-во сообщений	МедиаИндекс	Негативные	Доля негативных	Нейтральные	Доля нейтральных	Позитивные	Доля позитивных	Главная роль	Доля сообщений в главной роли	Цитирование	Доля сообщений с цитатами	Оригинальные сообщения	Перепечатки	Доля перепечаток
Всего	2036	5418,8	101	5%	1786	88%	149	7%	660	32%	347	17%	1084	952	47%

	Кол-во сообщений	МедиаИндекс	Негативные	Доля негативных	Нейтральные	Доля нейтральных	Позитивные	Доля позитивных	Главная роль	Доля сообщений в главной роли	Цитирование	Доля сообщений с цитатами	Оригинальные сообщения	Перепечатки	Доля перепечаток
2012	0	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0%
2013	26	75,59	0	0%	26	100%	0	0%	4	15%	2	8%	16	10	38%
2014	248	399,3	15	6%	195	79%	38	15%	61	25%	46	19%	121	127	51%
2015	758	2068,3	42	6%	650	86%	66	9%	152	20%	104	14%	390	368	49%
2016	1004	2875,61	44	4%	915	91%	45	4%	443	44%	195	19%	557	447	45%

Рис. 55 Сводные данные

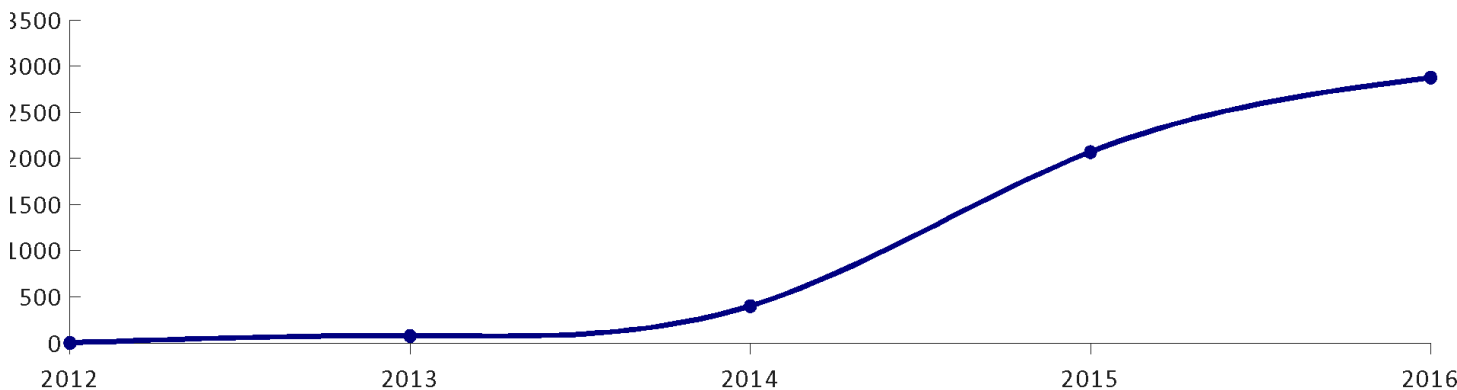


Рис. 56 Динамика медиаиндекса

Дата	Позитивные	Доля позитивных	Нейтральные	Доля нейтральных	Негативные	Доля негативных
2012	0	0%	0	0%	0	0%
2013	0	0%	26	100%	0	0%
2014	38	15%	195	79%	15	6%
2015	66	9%	650	86%	42	6%
2016	45	4%	915	91%	44	4%
<b>Итого</b>	<b>149</b>	<b>7%</b>	<b>1786</b>	<b>88%</b>	<b>101</b>	<b>5%</b>

Рис. 57 Тональность сообщений

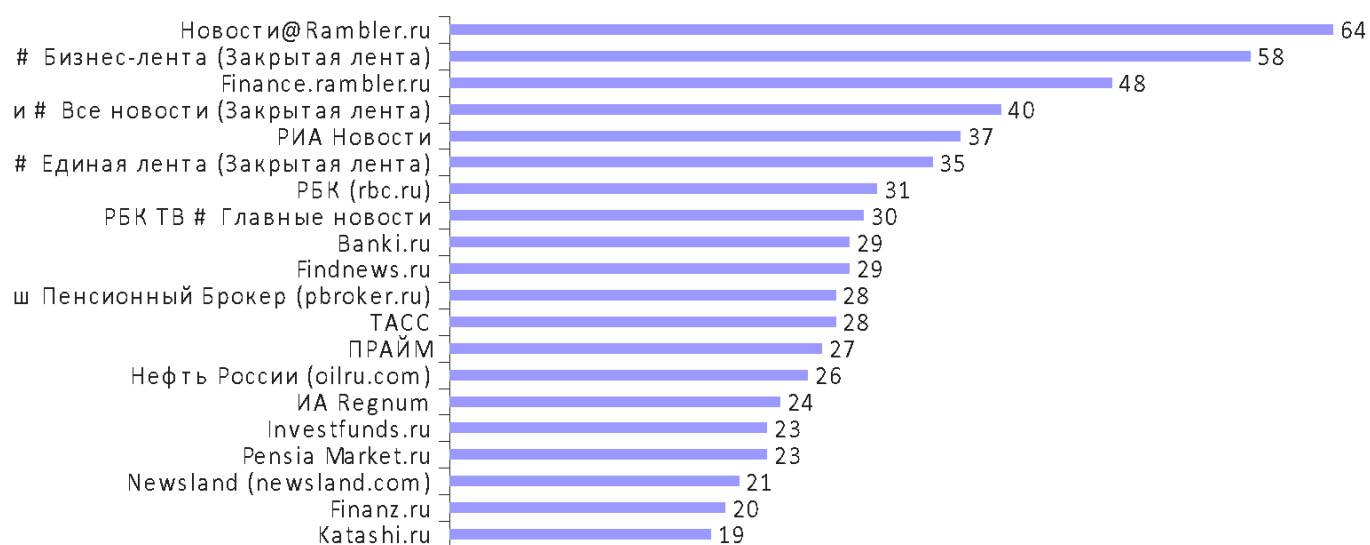


Рис. 58 Наиболее активные СМИ по количеству

Наименование СМИ	МедиаИндекс объектов	Кол-во сообщений	Категория СМИ	Уровень СМИ	Город	Отрасль СМИ
TACC	856,13	28	Информационные агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
РИА Новости	563,39	37	Информационные агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
РБК (rbc.ru)	475,18	31	Информационные агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
РБК ТВ # Главные новости	392,99	30	ТВ	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ИА Regnum	276,07	24	Информационные агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
NewsRu.com	263,36	15	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ИА Росбалт	167,12	13	Информационные агентства	Федеральный	Санкт-Петербург	Бизнес и общество
Banki.ru	159,56	29	Интернет	Федеральный	Москва	Финансы
Газета.Ru	157,38	15	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ПРАЙМ	145,21	27	Информационные агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Газета РБК	125,17	5	Газеты	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Российская газета (rg)	90,82	15	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Полит.ру	87,66	15	Интернет	Федеральный	Москва	Политика
Говорит Москва (govd)	78,54	7	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Известия	74,38	1	Газеты	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Известия (izvestia.ru)	73,94	6	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ИА Rambler News Service	73,63	10	Информационные агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Телеканал Дождь # 3	73,56	8	ТВ	Федеральный	Москва	Бизнес и общество

Рис. 59 Наиболее активные по медиаиндексу



**Топ-10 Газет**

СМИ	Количество сообщений
Новые известия	11
Газета РБК	5
Финансовая газета	5
Московский Комсомолец	3
Солидарность	3
Коммерсантъ	2
Независимая газета	2
Гудок	1
Известия	1
Комсомольская правда	1

**Топ-10 Инфоагентств**

СМИ	Количество сообщений
ПРАЙМ # Бизнес-лента	58
РИА Новости # Все нов	40
РИА Новости	37
ТАСС # Единая лента (	35
РБК (rbc.ru)	31
ТАСС	28
ПРАЙМ	27
ИА Regnum	24
ИА Росбалт	13
РИА ФедералПресс	13

**Топ-3 ТВ**

СМИ	Количество сообщений
РБК ТВ # Главные нов	30
Россия 24	8
Телеканал Дождь # Зд	8

**Рейтинг СМИ (по типам)**

Типы СМИ	Газеты	Журналы	инфоагентств	Интернет	ТВ	Радио
Пенсионный фонд РФ	41	11	342	1573	50	19

**Топ-10 Журналов**

СМИ	Количество сообщений
Коммерсантъ # Деньги	2
Огонёк	2
Профиль	2
Star Hit	1
The New Times	1
БДМ. Банки и деловой	1
Российская Федерация	1
Финансовая аналитика	1

**Топ-10 Интернет-сайтов**

СМИ	Количество сообщений
Новости@Rambler.ru	64
Finance.rambler.ru	48
Banki.ru	29
Findnews.ru	29
Ваш Пенсионный Брок	28
Нефть России (oilru.com)	26
Investfunds.ru	23
Pensia Market.ru	23
Newsland (newsland.com)	21
Finanz.ru	20

**Топ-3 Радио**

СМИ	Количество сообщений
Коммерсантъ-FM	6
Вести FM	4
Эхо Москвы	4

Рис.

60

Динамика сообщений (ПФР) по тональности негативна: от 100%-ной нейтральности в первые годы к двукратному превосходству по количеству позитивных и дальнейшим падением до соотношения «один к одному» в 2016 году. ТВ-сюжетов было больше, чем публикаций в газетах и радио.

## 3) Министерство финансов РФ (рис.61 - 66):

	Кол-во сообщений	МедиаИндекс	Негативные	Доля негативных	Нейтральные	Доля нейтральных	Позитивные	Доля позитивных	Главная роль	Доля сообщений в главной роли	Цитирование	Доля сообщений с цитатами	Оригинальные сообщения	Перепечатки	Доля перепечаток
<b>Всего</b>	<b>1909</b>	<b>6820,95</b>	<b>20</b>	<b>1%</b>	<b>1832</b>	<b>96%</b>	<b>57</b>	<b>3%</b>	<b>635</b>	<b>33%</b>	<b>946</b>	<b>50%</b>	<b>1015</b>	<b>894</b>	<b>47%</b>

	Кол-во сообщений	МедиаИндекс	Негативные	Доля негативных	Нейтральные	Доля нейтральных	Позитивные	Доля позитивных	Главная роль	Доля сообщений в главной роли	Цитирование	Доля сообщений с цитатами	Оригинальные сообщения	Перепечатки	Доля перепечаток
2012	0	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0%
2013	18	-0,11	2	11%	16	89%	0	0%	10	56%	13	72%	11	7	39%
2014	264	1028,66	0	0%	263	100%	1	0%	73	28%	154	58%	129	135	51%
2015	750	2824,65	1	0%	730	97%	19	3%	216	29%	386	51%	389	361	48%
2016	877	2967,75	17	2%	823	94%	37	4%	336	38%	393	45%	486	391	45%

Рис. 61 Сводные данные

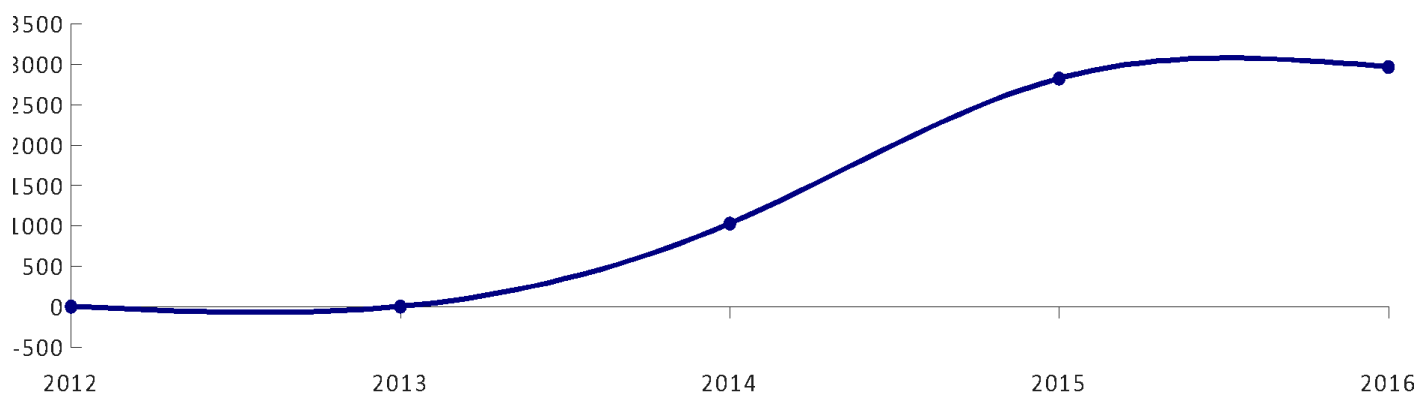


Рис. 62 Динамика медиаиндекса

Дата	Позитивные	Доля позитивных	Нейтральные	Доля нейтральных	Негативные	Доля негативных
2012	0	0%	0	0%	0	0%
2013	0	0%	16	89%	2	11%
2014	1	0%	263	100%	0	0%
2015	19	3%	730	97%	1	0%
2016	37	4%	823	94%	17	2%
<b>Итого</b>	<b>57</b>	<b>3%</b>	<b>1832</b>	<b>96%</b>	<b>20</b>	<b>1%</b>

Рис. 63 Тональность сообщений

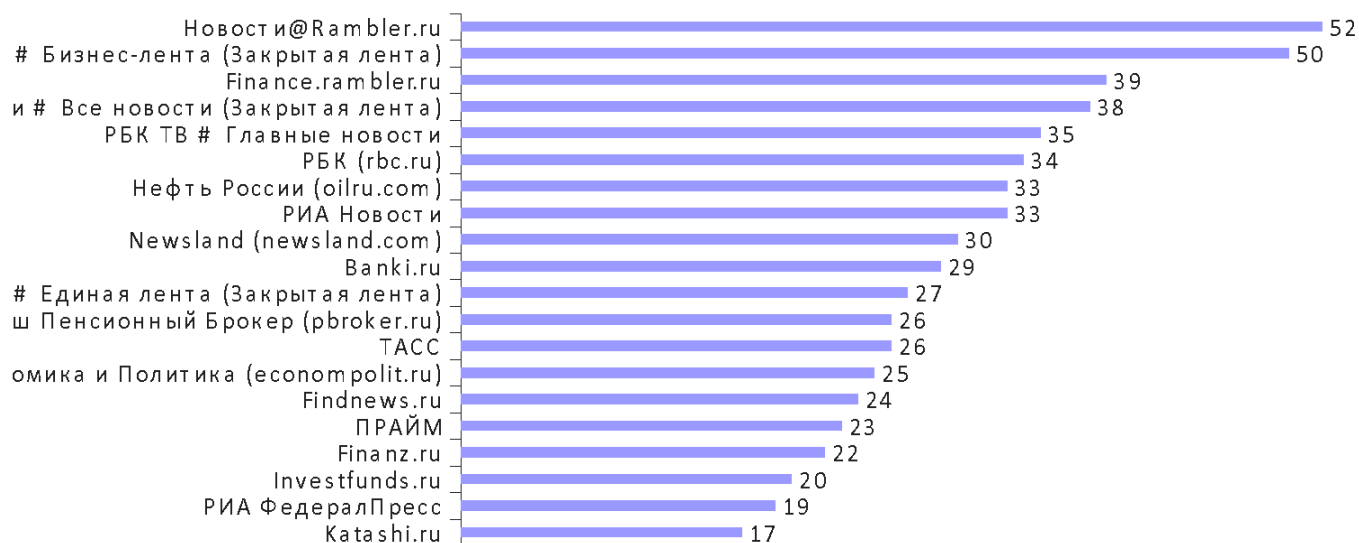


Рис. 64 Наиболее активные СМИ по количеству

Наименование СМИ	Медиа Индекс объектов	Кол-во сообщений	Категория СМИ	Уровень СМИ	Город	Отрасль СМИ
РИА Новости	632,14	33	Информ агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ТАСС	576,02	26	Информ агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
РБК (rbc.ru)	570,97	34	Информ агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ПРАЙМ	316,11	23	Информ агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
NewsRu.com	248,6	17	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Lenta.Ru	239,79	14	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Banki.ru	221,77	29	Интернет	Федеральный	Москва	Финансы
Газета.Ru	202,2	14	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Телеканал Дождь # 3	190,26	10	ТВ	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Полит.ру	167,26	16	Интернет	Федеральный	Москва	Политика
РИА ФедералПресс	161,47	19	Информ агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
РБК ТВ # Главные но	119,84	35	ТВ	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Московский Комсомо	116,61	11	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ИА Росбалт	116,55	11	Информ агентства	Федеральный	Санкт-Петербург	Бизнес и общество
Новые известия	115,82	8	Газеты	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Republic.ru	110,88	12	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Коммерсантъ. Новост	97,88	5	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
ИА Regnum	97,49	13	Информ агентства	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Kp.ru	86,92	10	Интернет	Федеральный	Москва	Бизнес и общество
Коммерсантъ-FM	86,6	8	Радио	Федеральный	Москва	Бизнес и общество

Рис. 65 Наиболее активные СМИ по медиаиндексу

Типы СМИ	Газеты	Журналы	Информ агентства	Интернет	ТВ	Радио
Министерство финансов РФ	42	9	309	1468	61	20

**Топ-10 Газет**

СМИ	Количество сообщений
Новые известия	8
Газета РБК	7
Финансовая газета	5
Коммерсантъ	4
Московский Комсомолец	4
Российская газета	4
Независимая газета	3
Солидарность	2
Гудок	1
Известия	1

**Топ-10 Инф ормагентств**

СМИ	Количество сообщений
ПРАЙМ # Бизнес-лента	50
РИА Новости # Все нов	38
РБК (rbc.ru)	34
РИА Новости	33
ТАСС # Единая лента (	27
ТАСС	26
ПРАЙМ	23
РИА ФедералПресс	19
ИА Regnum	13
Regions.Ru/Новости Фе	11

**Топ-3 ТВ**

СМИ	Количество сообщений
РБК ТВ # Главные нов	35
Телеканал Дождь # 3д	10
Россия 24	7

**Топ-10 Интернет-сайтов**

СМИ	Количество сообщений
Новости@Rambler.ru	52
Finance.rambler.ru	39
Нефть России (oilru.com)	33
Newsland (newsland.com)	30
Banki.ru	29
Ваш Пенсионный Брок	26
Экономика и Политика	25
Findnews.ru	24
Finanz.ru	22
Investfunds.ru	20

**Топ-10 Журналов**

СМИ	Количество сообщений
Коммерсантъ # Деньги	3
Star Hit	1
БДМ. Банки и деловой	1
БОСС	1
Компания	1
Огонёк	1
Финансовая аналитика	1

**Топ-3 Радио**

СМИ	Количество сообщений
Коммерсантъ-FM	8
Эхо Москвы	7
Авторadio (avtoradio.ru)	2

Рис.66 Рейтинг СМИ по количеству сообщений (по типам)

В отличие от остальных органов власти, тональность сообщений Министерства финансов РФ показывает преимущество позитивных публикаций. В 2015 году количество позитивных публикаций превысило негативные во много раз, в 2016 году положительное соотношение

сохранилось, соотношение позитивных/негативных публикаций за весь период составило почти 3 к 1.

Для всех объектов исследования характерно то, что наибольшая упоминаемость по темам повышения пенсионного возраста и заморозки накопительной части пенсии приходится на последние два года периода 2012-2016 гг., а также наличия, в большинстве случаев, положительной динамики соотношения количества позитивных и негативных сообщений в течение периода.

### **2.3.2 Детальный анализ публикаций, связанных с анонсированием решения о пенсионном моратории**

Для анализа анонсирования пенсионного моратория в СМИ были выбраны публикации из Российской Газеты и Информационного агентства ТАСС; в качестве либеральных СМИ — Телеканал «Дождь» и Новая Газета; среди частных СМИ выбор пал на Коммерсант и Московский Комсомолец. Целью данного анализа является попытка проследить, в каком виде официальные сообщения государственной власти преобразуются в СМИ безотносительно от их позиции и отношения к проводимой политике государства; это также и определение эмоциональной составляющей публикаций — всегда ли СМИ анонсируют решения органов власти в нейтральном тоне.

#### **Публикации в «Российской газете»**

Во внутреннем поиске сайта Российской Газеты по запросу «заморозка накопительной» в период с сентября 2013 года по 31 декабря 2016 года выдаётся 127 ссылок, главные из которых (по значимости и релевантности) отмечены оранжевой меткой. Для дальнейшего анализа были избраны четыре публикации, содержащих сведения, непосредственно связанные с решением о заморозке накопительной части пенсии.

Первая публикация — статья от 4 ноября 2013 года под названием «Долги оставили на завтра»<sup>47</sup>. В ней говорится о поддержке Правительством инициативы Минфина о приостановке пополнения накопительных счетов граждан в 2014 году: взносы граждан уйдут на выплаты текущих пенсий. При этом было сказано, что в 2015 году правительство планирует вновь «разморозить» накопительную часть вернуть стандартную схему смешанных взносов (6% на накопительную, остальное — на страховую). В статье отмечалась реакция ведущих лиц государства, в частности, экс-министр финансов Алексей Кудрин на дискуссии заявил, что даже временная приостановка неблагоприятно скажется на инвестиционном климате государства. Бросаются в глаза такие обороты, как «2014 год берется как «пауза» (для некой «переаттестации» накопительных взносов) и «Главное — людям обещано вернуть задержанные взносы в дальнейшем», а также эмоционально окрашенные цитаты чиновников вроде «источник — бюджет, а он «дырявый». И хоть взносы «обещано вернуть», каким образом это будет сделано — неизвестно.

Следующая статья — от 15 сентября 2014 года под названием «Мораторий на формирование накопительной части пенсий продлён на год»<sup>48</sup>. Новость о том, что проект федерального бюджета не предусматривает перевода накопительной части пенсий с обязательного формата взимания на добровольный, сообщила вице-премьер Ольга Голодец. Акцент сделан на «жесткой дискуссии» между социальным блоком правительства (Минтрудом и поддерживающем его позицию Голодец) и экономическим блоком (Минфином и Минэкономразвития). Также отмечалось, что в 2016-2017 годах накопительные 6% вновь начнут поступать на накопительные счета граждан (и это было учтено в расчётах бюджета ПФР). Дмитрий Медведев по поводу будущего накопительной части пояснил, что ситуация с негосударственными

---

<sup>47</sup> Долги оставили на завтра/Статья Российской Газеты от 04.10.2013  
URL:<https://rg.ru/2013/10/04/nakoplenie.html>

<sup>48</sup> Мораторий на формирование накопительной части пенсий продлен на год/Статья Российской Газеты от 15.09.2014 URL:<https://rg.ru/2014/09/15/golodets-site-anons.html>

пенсионными фондами непрозрачна, и сроки позволяют проверять их в следующем году: «Просто так давать деньги из нашей пенсионной системы нельзя. К тем, кто распоряжается деньгами, должны предъявляться повышенные требования». Медведев пообещал, что окончательное решение о развитии пенсионной системы будет принято в 2015 году.

Следующая публикация о заморозке накопительной части датирована 16.12.2015 года. Название статьи призвано нейтрализовать опасения общественности - «Они всё равно вернуться»<sup>49</sup>. В этой статье говорится об очередной (третьей по счёту) заморозке пенсионных накоплений. Голодец заявила, что после разморозки взносы вновь начнут поступать на счета граждан (цитата: «россияне не пострадают от заморозки пенсий»), однако о сроках разморозки сказано не было. Особый акцент в статье сделан на том факте, что власти не собираются отказываться от накопительной части как таковой (приведена цитата В.Путина: «Хочу отметить, что мы не отменяем эту программу кардинально и исходим из того, что всё-таки накопительная пенсионная система в будущем будет в России развиваться»), а также на том, что вообще решение о заморозке продиктовано необходимостью балансировки пенсионной системы и гарантией стабильных выплат всем пенсионерам. Следует отметить цитату ведущего научного сотрудника ИНИОН РАН Сергея Смирнова: «Эти деньги никуда не денутся. <...> волноваться на эту тему не никому не стоит». Публикация оканчивается ссылкой на Улюкаева и Силуанова, не раз отмечавших, что заморозка на 2016 год может быть последней, а также — заявлением Медведева о том, что данная заморозка даст 345 миллиардов рублей для решения текущих «неотложных» задач, в том числе антикризисных.

Следующая значимая публикация, связанная с «заморозкой», называется «Деньгам добавят срок»<sup>50</sup> (от 10.07.2016). В лиде статьи содержится

---

<sup>49</sup> Они всё равно вернуться/Статья Российской газеты от 16.12.2015 URL:<https://rg.ru/2015/12/17/pensiya.html>

<sup>50</sup> Деньгам добавят срок/Статья Российской Газеты от 10.07.2016

URL:<https://rg.ru/2016/07/10/nakopitelnuu-pensiiu-zamoroziat-eshche-na-tri-goda.html>

информация о планах по индексации страховой пенсии на ожидаемый уровень инфляции (6,5%) и новой заморозке накопительной части, но уже сроком на три года (эти параметры были заложены в проект бюджета ПФР на 2017-2019 годы). Особое место в данной публикации отведено сведениям об индексации в полном объеме страховой части пенсии, в то время как для социальной пенсии, как сказано в статье, распространяются «немножко» (именно «немножко») другие правила (увеличение на процент роста прожиточного минимума). Также стоит отметить, как в статье описывается ситуация с НПФ, а именно — как заморозка накоплений может снизить инвестиционную доходность фондов из-за отсутствия притока «новых» денег и, соответственно, изымания ранее внесенных средств для оплаты пенсий граждан, для которых пенсионный возраст уже наступил. Это подразумевает большие риски для негосударственных пенсионных фондов. В середине статьи имеется огромная ссылка в разделе «Читайте также» под названием «Бюджет 2017-2019 будет ориентирован на решение социальных вопросов». А в статье<sup>51</sup> из этого раздела, посвященной комментариям Кремля о заморозке пенсионных накоплений, говорится о том, что вопросы этой заморозки находятся в прерогативе правительства, а не президента (Д.Песков: «эти вопросы нужно адресовать правительству, это решение правительства»), при этом о мнении президента по этому поводу пресс-секретарь не смог ответить ничего определенного.

### **Публикации в ТАСС**

Поиск на сайте государственного информационного агентства ТАСС по запросу «заморозка накопительной» в период с сентября 2013 по декабрь 2016 года приводит к выдаче 88 результатов, ограниченных (по неизвестным причинам) периодом с сентября 2015 по декабрь 2016 года. Для анализа были избраны две публикации, непосредственным образом относящиеся к теме принятия решения о заморозке накопительной части пенсии.

---

<sup>51</sup> В Кремле прокомментировали заморозку пенсионных накоплений/Статья Российской Газеты от 31.08.2016 URL:<https://rg.ru/2016/08/31/v-kremle-prokommentirovali-zamorozku-pensionnyh-nakoplenij.html>



Первая статья<sup>52</sup> опубликована 4-го декабря 2015 года и повествует о принятом Госдумой законе, предписывающим продление моратория на формирование накопительной части пенсии работников 1967 года рождения и моложе. В качестве спикера была избрана зампред комитета Госдумы по труду, соц.политике и делам ветеранов Ирина Соколова. Акцент в приведенном в статье мнении зампреда был сделан на увеличении доходов пенсионного фонда на 342 млрд рублей и том факте, что эти средства будут направлены на текущие выплаты страховых пенсий. Также было отмечено, что объем пенсионных прав застрахованных лиц не уменьшится, поскольку суммы страховых взносов будут в полной мере отражены на страховом счете застрахованных лиц и учтены при определении его индивидуального коэффициента в 2016 году. В данной статье под отдельным заголовком «Работа по накопительным пенсиям не будет прекращена» приводятся слова Д.Медведева, повторяющие ранее изложенную позицию Соколовой (о «неуменьшении» пенсионных прав), и позиция главы Минфина РФ Антона Силуанова. Силуанов в своем обращении отметил необходимость поддержки различных отраслей экономики за счет замороженных средств, а также (как и в Российской Газете) заявил о надежде, что продление моратория на передачу пенсионных накоплений на 2016 год будет последним.

Вторая публикация<sup>53</sup> от 28 октября 2016 года посвящена внесению проекта бюджета ПФР на 2017-2019 годы. Доходы бюджета фонда на 2017 год прогнозируются на уровне 8 трлн 363 млрд рублей, на 2018 — 8 530 млрд, на 2019 — 8 919 млрд рублей. По сообщению кабмина, бюджет фонда будет направлен на восстановление дифференциации пенсий в зависимости от трудового вклада в пенсионную систему, а также позволит профинансировать иные социальные обязательства государства перед гражданами. В конце статьи содержится информация об учете в бюджете продления моратория на

---

<sup>52</sup> Госдума заморозила накопительную часть пенсии в 2016 году/Статья ТАСС от 04.12.2015  
URL:<http://tass.ru/ekonomika/2500510>

<sup>53</sup> В Госдуму внесен проект бюджета ПФР, учитывающий продление заморозки накопительной части/Статья в ТАСС от 28.10.2016 URL:<http://tass.ru/ekonomika/3741637>

2017-2019 годы на направление страховых взносов в финансирование накопительной пенсии с указанием на то, сколько денег будет сэкономлено таким образом (сокращение трансферта на 407, 455 и 502 млрд рублей в 2017, 2018 и 2019 годах соответственно).

### **Публикации в «Московском комсомольце»**

По поиску публикаций на сайте издания «Московский комсомолец» на запрос «заморозка накопительной» системой выдаётся 117 упоминаний, притом многие статьи никак не относятся к заданной теме. Напрямую затрагивающих заморозку статей (исключая публикации от других источников) было найдено всего четыре.

Первая (по дате) публикация<sup>54</sup> - «Кабмин РФ решил продлить на 2015 год заморозку пенсионных накоплений» — в двух абзацах описывает принятие решения о продлении моратория Правительством РФ. Спикером новости стал Министр труда и социальной защиты Максим Топилин. Однако в тот же день (буквально спустя одну минуту) в Комсомольце появилась статья крайне негативного оттенка «Пенсионные накопления продолжают замораживать»<sup>55</sup>, основное содержание которой сводится к выставлению властей в нелицеприятном свете (например, «в ближайшие три года они (чиновники) собираются повысить себе зарплаты, пустив на эти цели 380 млрд рублей» (вместо сокращения бюджетных расходов во время кризиса)). Об этом же свидетельствуют цитаты привлеченных экспертов: «в конечном итоге граждане могут попросту лишиться своих денег», «когда придет время получать пенсию, государство скажет, что денег у него попросту нет».

Следующая статья<sup>56</sup> датирована 15 марта 2016 года и посвящена она предложению Правительству РФ от Минфина о продлении заморозки

---

<sup>54</sup> Кабмин РФ решил продлить на 2015 год заморозку пенсионных накоплений/Статья Московского Комсомольца от 05.08.14 URL:<http://www.mk.ru/economics/2014/08/05/kabmin-rf-reshil-prodlit-na-2015-god-zamorozku-pensionnykh-nakopleniy.html>

<sup>55</sup> Пенсионные накопления продолжают замораживать/Статья Московского Комсомольца от 05.08.14 URL:<http://www.mk.ru/economics/2014/08/05/pensionnye-nakopleniya-prodolzhayut-zamorazhivat.html>

<sup>56</sup> Минфин хочет продлить заморозку накопительной части пенсий/Статья Московского комсомольца от 15.03.16 URL:<http://www.mk.ru/economics/2016/03/15/minfin-khochet-prodlit-zamorozku-nakopitelnoy-chasti-pensiy.html>

накопительной части. Статья в целом имеет нейтральную коннотацию, однако изначально содержит подзаголовок «Многие пожилые россияне так и не увидят своих накоплений». Публикация содержит стандартные сведения о многократно проводимой заморозке, ссылки на Ведомости и Лента.ру о размере замороженных средств (892 млрд) и надежды Антона Силуанова о последнем продлении моратория.

Наконец, четвертая публикация от 31 августа 2016 года<sup>57</sup> в крайне негативном ключе рассказывает о заморозке и отмене повышения размера стипендий (об этом свидетельствуют высказывания «впрочем, обрывать не только корешки, но и вершки — это обыденная практика нашей страны. Добывая пенсионеров...» или «что же делает государство — пенсионерам срезают пайку, а студентам урезают последние гроши?»)

### Публикации в Коммерсанте

Далее — анализ публикаций издания Коммерсант. По запросу «заморозка накопительной» в период с сентября 2013 года по декабрь 2016 поисковая система сайта выдаёт 204 результата. Среди них 4 публикации напрямую связаны с решением властей о заморозке пенсионных накоплений или её продлении.

Первая публикация<sup>58</sup> — от 30 сентября 2013 года — о внесении законопроекта о моратории в Госдуму. Все 6% накопительного взноса уйдут в страховую часть. Риторика статьи эмоционально нейтральна.

Вторая статья<sup>59</sup>, датированная 21.10.2014 годом, весьма кратко повествует о продлении моратория в 2015 году. Также даны сведения об уменьшении трансферта на обязательное пенсионное страхование из федерального бюджета на сумму в 307 млрд рублей. Статья эмоционально нейтральна.

Третья статья «Госдума приняла закон о заморозке накопительной части

<sup>57</sup> Накопительную часть пенсий заморозят, а стипендии не повысят/Статья Московского Комсомольца от 31.08.16 URL:<http://www.mk.ru/economics/2016/08/31/nakopitelnuyu-chast-pensiy-zamorozyat-a-stipendii-ne-povysyat.html>

<sup>58</sup> Источник: в 2014 году отчислений в накопительную часть пенсий не будет/Статья издания Коммерсант от 30.09.13 URL:<http://www.kommersant.ru/doc/2308637>

<sup>59</sup> Госдума приняла закон о продлении моратория на пенсионные накопления в 2015 году/Статья в Коммерсанте от 21.11.14 URL:<http://kommersant.ru/doc/2617157>

пенсии»<sup>60</sup> - о принятии Госдумой в третьем чтении закона о продлении моратория. 6%-ный взнос граждан вместо накопительной части направляется в распределительную, за счет этого шага планировали получить 342 млрд рублей. Также в конце публикации приводится информации с последнего опроса ВЦИОМ, где большинство граждан высказалось за накопительную часть и оказалось против решений правительства.

Четвертая статья называется «Вице-премьер Голодец объявила о продлении заморозки накопительной пенсии»<sup>61</sup>. В данной публикации Ольга Голодец говорит об отсутствии в планах трансферта в ПФР и, соответственно, дальнейшей заморозке пенсионных накоплений. Также в статье сказано об намечающейся доиндексации пенсии в виде единовременной выплаты размером 5 тысяч рублей, в некоторых случаях, по словам Д.Медведева, превышающей стандартную доиндексацию вследствие наличия у многих пенсионеров небольшой пенсии.

### **Публикации «Дождя»**

По запросу «заморозка накопительной» новостной раздел сайта «Дождя» выдаёт 31 результат, среди которых только 5 публикаций непосредственным образом связаны с решением властей о заморозке.

Первая публикация - «Накопительную часть пенсии отменили на год» - датирована 30-м сентября 2013 года<sup>62</sup>. В ней спикером является замминистра финансов РФ Алексей Моисеев (по его версии, решения о направлении пенсионных накоплений в распределительную систему были учтены в проекте федерального бюджета на 2014-2016 года). Также Моисеев добавил, что граждане получают щедрую компенсацию, поскольку рубль в страховой дорожке, чем рубль в накопительной системе. Тон публикации нейтрален.

---

<sup>60</sup> Госдума приняла закон о заморозке накопительной части пенсии/Статья из Коммерсанта от 04.12.15  
URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2870668>

<sup>61</sup> Вице-премьер Голодец объявила о продлении заморозки накопительной пенсии/Статья Коммерсанта от 31.08.16 URL: <http://kommersant.ru/doc/3077193>

<sup>62</sup> Накопительную часть пенсии отменили на год/Статья «Дождя» от 30.09.13 URL: [https://tvrain.ru/teleshov/novosti\\_sajta/nakopitelnuju\\_chast\\_pensii\\_otmenili\\_na\\_god-353398/](https://tvrain.ru/teleshov/novosti_sajta/nakopitelnuju_chast_pensii_otmenili_na_god-353398/)

Вторая публикация<sup>63</sup> - о принятии Нижней палатой парламента сразу во втором и третьем чтениях закона о заморозке пенсионных накоплений. Только «Дождь» сообщил о количестве проголосовавших за законопроект — 235 депутатов. Также было дополнительно отмечено, что министр финансов Силуанов до принятия законопроекта утверждал, будто мораторий не будет продлён. По его мнению, в 2015 году средства из ПФР в НПФ должны были поступать. Тон публикации — нейтральный.

Третья публикация - «Ведомости сообщили о продлении моратория на накопительные пенсионные взносы»<sup>64</sup> от 30 сентября 2015 года — сообщает (в числе прочего) о целях заморозки накоплений. Среди них — Минфину требуется закрыть дыру в бюджете на 576 млрд рублей, чтобы уложиться в дефицит в 3% ВВП. Также, в отличие от других изданий, описываются способы получения денег на покрытие дефицита: изымание части доходов от падения рубля у нефтяников (200 млрд), газовиков (100 млрд), Норникеля (12 млрд) и ЦБ (50 млрд).

Четвертая публикация - «Правительство продлило заморозку накопительной части пенсий»<sup>65</sup> от 31 августа 2016 года — содержит обращение Ольги Голодец о соответствующем мероприятии («Уже предельные лимиты приведены, в них нет трансферта Пенсионному Фонду»). Также приведена информация об аргументации чиновников о первом моратории, который, по их мнению, имел единовременный характер и был продиктован не проблемами бюджета, а якобы проверкой негосударственных пенсионных фондов. Впоследствии В.Путин разрешил потратить 150 млрд рублей из замороженных пенсионных накоплений на поддержку ВЭБа.

Пятая публикация - «Накопительную часть пенсий заморозят ещё на три года»<sup>66</sup>. В ней говорится о том, что трансферт из федерального бюджета на

<sup>63</sup> Госдума приняла закон о заморозке пенсионных накоплений/Статья «Дождя» от 21.11.14  
URL:[https://tvrain.ru/news/gosduma\\_prinjala\\_zakon\\_o\\_zamorozke\\_pensionnyh\\_nakoplenij-378398/](https://tvrain.ru/news/gosduma_prinjala_zakon_o_zamorozke_pensionnyh_nakoplenij-378398/)

<sup>64</sup> Статья «Дождя» от 30.09.15 URL: [https://tvrain.ru/news/pension\\_2016-395380/](https://tvrain.ru/news/pension_2016-395380/)

<sup>65</sup> Статья «Дождя» от 31.08.16 URL: [https://tvrain.ru/news/pravitelstvo\\_prodlilo\\_zamorozku\\_pensij-416277/](https://tvrain.ru/news/pravitelstvo_prodlilo_zamorozku_pensij-416277/)

<sup>66</sup> Накопительную часть пенсий заморозят ещё на три года/Статья «Дождя» от 07.10.2016 URL:  
<https://tvrain.ru/news/zamorozjat-418554/>

обязательное пенсионное страхование будет осуществлен с учетом принятия решения о продлении моратория на накопительные взносы на 2017-2019 года. Отмечается, что за три года бюджет сможет сохранить 1,37 триллиона рублей, в то время как доходы бюджета ПФР в 2017 году составят 8181 млрд рублей. Также в публикации напомнили, что 30 сентября Силуанов сообщил, что мораторий будет продлен, скорее всего, на один год.

### **Публикации «Новой газеты»**

Последним источником было выбрано издание «Новая газета». По запросу «заморозка накопительной» поисковая система сайта этого СМИ выдаёт 50 результатов. Из них — 4 публикации о принятии решения о продлении пенсионного моратория.

Первая статья<sup>67</sup> относится к декабрю 2014 года и повествует о том, что В.Путин подписал закон о продлении заморозки накопительной части на 2015 год после принятия в августе этого решения Правительством и последующим одобрением Госдумой (в ноябре). Только в данной публикации этого издания можно увидеть, что данное решение было принято по первоначальному предложению вице-премьера Ольги Голодец, как и в 2013 году. В остальных анализируемых СМИ этой информации в подобных статьях не содержалось. Негатива статья не содержит.

В следующей по хронологии статье<sup>68</sup> от 15 октября 2015 — одобрение Правительством решения о сокращении индексации пенсий и заморозке накоплений на 2016 год. Согласно поправкам, индексация будет проведена только на 4% вместо запланированных 11,9% (по уровню инфляции 2015 года). Источником данной статьи стал помощник президента Андрей Белоусов. Иной информации в статье не дано.

Публикация<sup>69</sup> от 31 августа 2016 года — о продлении заморозки на 2017

---

<sup>67</sup> Путин продлил заморозку пенсионных накоплений на 2015 год/Статья «Новой газеты» от 04.12.14 URL: <https://www.novayagazeta.ru/news/2014/12/02/108359-putin-prodlil-zamorozku-pensionnyh-nakopleniy-na-2015-god>

<sup>68</sup> Правительство поддержало индексацию пенсий и заморозку накоплений/Статья от 15.10.15 URL: <https://www.novayagazeta.ru/news/2015/10/15/115624-pravitelstvo-podderzhalo-indeksatsiyu-pensiy-i-zamorozku-nakopleniy>

<sup>69</sup> Правительство продлило заморозку пенсий/Статья «Новой Газеты» от 31.08.16 URL:

год с цитатой Ольги Голодец. Также статья содержит информацию о предыдущих заморозках, притом основной причиной продления моратория стал, по версии Новой газеты, недостаток денег федерального бюджета для трансферта Пенсионному фонду. Публикация не содержит негативных моментов.

Последней записью на заданную тему является публикация<sup>70</sup> от 9 декабря 2016 года, где говорится о принятии Госдумой закона о продлении заморозки накопительной части пенсии сроком на три года. Кроме этого, содержатся сведения о возможной сумме сохранённых средств и прошедшем заявлении (в сентябре) Ольги Голодец о предстоящей трехлетней заморозке. Негатива статья не содержит.

На примере вышеприведенных публикаций можно определить несколько важных моментов: как и при анализе всех сообщений по темам повышения пенсионного возраста и заморозки накопительной части пенсии, детальный анализ публикаций об анонсировании пенсионного моратория показал очевидное преобладание публикаций нейтрального характера, вне зависимости от политической направленности изданий. Каждое СМИ сообщает о проведении моратория, используя различную поясняющую или дополняющую информацию, находящейся в распоряжении редакции и соотносящейся с историей предыдущих публикаций по заданной тематике в пределах конкретных СМИ. Каждая публикация, связанная с пенсионным реформированием, сопровождается аргументированным мнением уполномоченного спикера конкретных органов государственной власти (если в качестве субъекта выступает Правительство РФ, то тут встречаются цитаты О. Голодец, Д. Медведева, Д.Пескова, В.Путина, А.Кудрина; если субъект — Министерство финансов РФ, спикер — А.Силуанов; спикером Министерства труда и социальной защиты является министр М.Топилин). Публикации,

---

<https://www.novayagazeta.ru/news/2016/08/31/124580-pravitelstvo-prodlilo-zamorozku-pensiy>

<sup>70</sup> Госдума заморозила пенсионные накопления до 2019 года/Статья «Новой Газеты» от 09.12.16 URL: <https://www.novayagazeta.ru/news/2016/12/09/127322-gosduma-zamorozila-pensionnye-nakopleniya-do-2019-goda>

непосредственно связанные с принятием решения о пенсионном моратории, в обязательном порядке содержат объяснение причины для проведения данной меры.



## Заключение

Целью данного исследования было определение стратегических коммуникаций органов государственной власти при продвижении пенсионной реформы, а именно — выявление средств, с помощью которых органы власти добились повышения информированности и нейтрализации негативной оценки населением проводимых реформ. Данная цель предполагает описание системы стратегических коммуникаций, посредством которой реализуется комплексный подход к пониманию взаимодействия органов власти (в лице различных органов и управлений государственной власти и подведомственных организаций) и различных целевых групп внешней среды, включающих в себя бизнес-организации, население широкого слоя или же определенных целевых групп, в отношении которых производится реформирование, а также — общественные организации, представляющие интересы населения (относительно пенсионной реформы к данному виду организаций могут быть причислены негосударственные пенсионные фонды). Однако для как можно более полного понимания взаимодействия данных субъектов коммуникации следует определить особенности государственного PR, позволяющих органам власти достигнуть запланированные цели.

Специалисты по государственному PR отводят главную роль во взаимодействии государства и целевых групп общественности средствам массовой информации: в частности, при коммуникативном сопровождении реформ решающее значение имеют СМИ федерального уровня. Налаженная связь со средствами массовой информации вкупе с целесообразным содержанием и грамотной подачей сообщений способна убедить общественность в необходимости и закономерности проведения тех или иных реформ, а также способствуют информированию широких слоёв населения. В частности, наличие логически выверенной аргументации при объяснении причин реформирования пенсионной системы РФ способна снизить процент негативно настроенных граждан (согласно данным приведенных во введении

опросов ВЦИОМ и Левада-центра, количество негативно относящихся к повышению пенсионного возраста людей уменьшилось за период с 1998 года по 2015 год приблизительно на 20%, в то время как количество нейтрально и позитивно настроенных граждан увеличилось за этот же период соответственным образом, т. е. в среднем примерно на 20%). Разумеется, эта положительная динамика обусловлена не только взаимодействием государства и населения посредством СМИ, но и наличием и эффективностью прямых коммуникаций власти и населения (в виде информационно-разъяснительных материалов или пользовательского интерфейса сайта Пенсионного фонда РФ, встреч губернаторов с заинтересованными группами общественности и т. д.), однако именно сообщения в СМИ в большой степени способствуют также реализации функции информирования населения, что подтверждается результатами опросов, приведенных во введении работы (опросы ВЦИОМ за 2012 и 2015 год показали, что количество граждан, информированных в любом виде о повышении пенсионного возраста, увеличилось за данный период на 7%).

В рамках анализа СМИ по сообщениям в контексте повышения пенсионного возраста и заморозки накопительной части пенсии в общей сложности было проанализировано 44461 публикаций. Анализ привёл к следующим выводам:

- 1) Наибольшее количество упоминаний, наибольший совокупный медиаиндекс сообщений приходится на 2015 год, порой с незначительным отрывом от 2016 года;
- 2) По сообщениям всех объектов публикаций, где фигурируют наиболее упоминаемые органы власти, в период с 2012 по 2016 год наблюдается постепенное увеличение соотношения позитивных/негативных упоминаний в пользу сообщений позитивной тональности (исключение составляет лишь публикации Правительство РФ в контексте заморозки накопительной части пенсии: там количество негативных упоминаний пятикратно превышает количество позитивных за 2016 год, в то время как в 2015 году наблюдается лишь двукратное преобладание негативных);

3) Подавляющее большинство публикаций имеют нейтральный характер (в среднем - минимум 95%);

4) Распределение упоминаний по типам СМИ показало, что по теме повышения пенсионного возраста газетные публикации по количеству превосходят публикации на телевидении, радио и журналах, в то время как по теме заморозки накопительной части пенсии выходит иная картина, где ТВ-сюжеты по количеству опережают газеты, радио и журналы. По обоим темам наибольшее количество сообщений приходится на интернет-сайты (с внушительным превосходством) и информагентства.

Общая положительная динамика тональности упоминаний, а также большинство нейтральных публикаций свидетельствует об эффективной связи пресс-служб органов власти и СМИ. Тот факт, что практически все СМИ вне зависимости от своей политической направленности публикуют сообщения, относящиеся к реформированию пенсионной системы, в нейтральном тоне, подразумевает неизбежность и, тем самым, необходимость внедрения законодательных инициатив в сфере пенсионного обеспечения. В связке с наличием в публикациях разъяснительной информации, призванной оправдать действия государства, данные стратегические коммуникации достигают цели, заключающейся в создании положительного имиджа государственной власти и нейтрализации негативной оценки гражданами государственных инициатив.

## **Список использованной литературы и источников**

### **Нормативно-правовые акты**

- 1) «Стратегия долгосрочного развития пенсионной системы РФ» от 15 декабря 2012 г.
- 2) Указ Президента от 7 мая 2012 г. № 598 «О совершенствовании государственной политики в сфере здравоохранения».
- 3) Федеральный закон "О трудовых пенсиях в РФ" от 17 декабря 2001 г. 3) Федеральный закон "О государственном пенсионном обеспечении в РФ" от 15 декабря 2001 г.
- 4) Федеральный закон "Об обязательном пенсионном страховании" от 15 декабря 2001 г.
- 5) Федеральный закон "Об инвестировании средств для финансирования накопительной части трудовой пенсии в РФ" от 24 июля 2002 г.

### **Материалы официальных сайтов**

- 6) Информационно-разъяснительные материалы//Пенсионный фонд РФ: официальный сайт. URL: [http://www.pfrf.ru/press\\_center/advert\\_materials](http://www.pfrf.ru/press_center/advert_materials) (дата обращения 22.04.17)

### **Использованная литература**

- 7) Ачкасова В.А., Володина Л.В. Связи с общественностью как социальная инженерия. СПб., 2005.
- 8) Азарова Л.В., Иванова К.А., Яковлев И.П. Организация PR-кампаний. СПб., 2000.
- 9) Алешина И.В. Паблик рилейшенз для менеджеров. М., 2010.
- 10) Ансофф И. Стратегическое управление. М.: 1989. - 358 с.
- 11) Бернет Д., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: Интегрированный подход. М.; СПб.; Харьков; Минск, 2001.
- 12) Березин М.В. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия.

М., 2003.

- 13) Бойцов С.А. Профилактика хронических неинфекционных заболеваний. Рекомендации. М., 2013.
- 14) Быков И. А., Побединский И. М. Государственный PR в современной России // Государственный PR и Government Relations в России и Беларуси: основные тенденции: монография / под ред. В. В. Грибанова, И. В. Сидорской, И. А. Быкова. Сыктывкар: Изд-во СГУ им. Питирима Сорокина, 2015. С. 75-93.
- 15) Воронина Т. П. Информационное общество: сущность, черты, проблемы. М., 1995.
- 16) Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе. М., 2001.
- 17) Гавра Д.П. Социально-коммуникативные технологии: сущность, структура, функции. СПб., 2011.
- 18) Гринберг Т.Э. Политические технологии: PR и реклама. М., 2012.
- 19) Глазунова Н.И. Система государственного и муниципального управления. М., 2009.
- 20) Зуб А.Т. Стратегический менеджмент. Теория и практика. М.: Аспект Пресс, 2002.
- 21) Евликова В. В. Государственные связи с общественностью: информационный, пропагандистский, управленческий подход // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. М., 2010. № 1. С. 92-97.
- 22) Катлип С., Сентер А., Брум Г. Паблик рилейшенз. Теория и практика. М., 2000.
- 23) Коротков Э.М. Антикризисное управление. ИНФРА - М, 2010. - 311 С.
- 24) Кривоносов А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. Основы теории связей с общественностью. СПб., 2010.
- 25) Кузьменкова М.А. Связи с общественностью: гражданский диалог. М., 2010.
- 26) Манойло А.В., Петренко А.И., Фролов Д.Б. Государственная

информационная политика в условиях информационно-психологических конфликтов высокой интенсивности и социальной опасности. М., 2004.

27) Марков А.А. Связи с общественностью в органах власти. М., 2014.

28) Ольшевский А.С. Антикризисный PR и консалтинг. Питер, 2003. - 132 С.

29) Русаков А.Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти. СПб., 2006.

30) Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под общ. ред. В. С. Комаровский. М.: РАГС, 2001.- 520 С.

31) Связи с общественностью в органах власти / Под ред. М. М. Васильевой. М.: Юрайт, 2014. 495 с.

32) Соловьев А.И. Принятие государственных решений. М., 2009.

33) Стратегии макрорегионов России: методологические подходы, приоритеты и пути реализации / Под ред. А.Г. Гранберга. М., 2004.

34) Тарашвили Е. Связи с общественностью в государственных структурах// Международный пресс-клуб, 2008.

35) Управление общественными отношениями: учебное пособие /Под ред. В.С. Комаровского. М., 2003.

36) Филатова О.Г. Социальная реклама и PR-поддержка программ развития информационного общества. СПб., 2013.

37) Шишкин Д.П., Гавра Д.П., Бровко С.Л. PR-кампании: методология и технология. СПб., 2004.

38) Шишкина М. А. Государственный PR и GR в системе современных связей с общественностью // Научные труды Северо-Западного института управления. 2012. № 2. С. 118-124.

39) Хлебников П. Крестный отец кремля Борис Березовский или история разграбления России. М., 2001.

40) Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: учебник. М., 2010.

41) Чумиков А. Н., Бочаров М. П. Государственный PR: связи с

- общественностью для государственных организаций и проектов. М.: ИНФРА-М, 2013. 329 с.
- 42) Яковлев И. П. Основы теории коммуникаций: Учеб. пособ. - СПб.: Изд-во Института управления и экономики, 2001
- 43) Яковлев И. П. Стратегические коммуникации СПб., 2006.
- 44) Яковлев И. П. Экономические проблемы регионов и отраслевых комплексов // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 2 (42).
- 45) PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. М., 2001.
- 46) Dahl R. A Democracy and its Critics. N.Y., 1989.
- 47) Bennett L., Entman R. Mediated Politics. Communication in the Future of Democracy. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
- 48) Broom G., Casey S., Ritchey J. Toward a Concept and Theory of Organization-Public Relationships // Journal of Public Relations Research. 1997. Vol. 9. № 2.
- 49) Jones S., Joss R. Models of Professionalism // M. Yelloly, M. Henkel (Eds) Learning and Teaching in Social Work. London; Bristol; Pennsylvania: Jessica Kingsley Publishers, 1995. P. 15–33

### **Источники**

- 50) Опрос ВЦИОМ от октября 2012 года//Данные с сайта ВЦИОМ. URL: [https://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/ns\\_doklady/2012/2012-12-06-pensiya.pdf](https://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/ns_doklady/2012/2012-12-06-pensiya.pdf)
- 51) Опрос Левада-центра от 03.10.15//Сайт Левада-центра URL:<http://www.levada.ru/2015/03/10/povyshenie-pensionnogo-vozrasta>
- 52) Можно ли сразу остановить убыль населения в России?//Архив сайта Демография.ру. URL: [http://www.demographia.ru/articles\\_N/index.html?idR=5&idArt=1087](http://www.demographia.ru/articles_N/index.html?idR=5&idArt=1087)
- 53) Население России до 2030 г.//Архив сайта Демография.ру. URL: [http://demoscope.ru/weekly/knigi/ns\\_09/acrobat/glava6.pdf](http://demoscope.ru/weekly/knigi/ns_09/acrobat/glava6.pdf)
- 54) ЦБ: Пенсионные сбережения россиян составляют почти 5 трлн рублей/Статья в Российской Газете от 18.10.2016.

URL:<https://rg.ru/2016/10/18/cb-pensionnye-sberezheniia-rossiian-sostavliaiut-pochti-5-trln-rublej.html>

55) Долги оставили на завтра//Статья Российской Газеты от 04.10.2013

URL:<https://rg.ru/2013/10/04/nakoplenie.html>

56) Мораторий на формирование накопительной части пенсий продлен на год//Статья Российской Газеты от 15.09.2014

URL:<https://rg.ru/2014/09/15/golodets-site-anons.html>

57) Они всё равно вернуться//Статья Российской газеты от 16.12.2015

URL:<https://rg.ru/2015/12/17/pensiya.html>

58) Деньгам добавят срок//Статья Российской Газеты от 10.07.2016 URL:

<https://rg.ru/2016/07/10/nakopitelnuiu-pensiiu-zamoroziat-eshche-na-tri-goda.html>

59) В Кремле прокомментировали заморозку пенсионных накоплений//Статья Российской Газеты от 31.08.2016

URL:<https://rg.ru/2016/08/31/v-kremle-prokommentirovali-zamorozku-pensionnyh-nakoplenij.html>

60) Госдума заморозила накопительную часть пенсии в 2016 году//Статья ТАСС от 04.12.2015 URL:<http://tass.ru/ekonomika/2500510>

61) В Госдуму внесен проект бюджета ПФР, учитывающий продление заморозки накопительной части//Статья в ТАСС от 28.10.2016

URL:<http://tass.ru/ekonomika/3741637>

62) Кабмин РФ решил продлить на 2015 год заморозку пенсионных накоплений//Статья Московского Комсомольца от 05.08.14

URL:<http://www.mk.ru/economics/2014/08/05/kabmin-rf-reshil-prodlit-na-2015-god>

63) Накопительную часть пенсий заморозят, а стипендии не повысят//Статья Московского Комсомольца от 31.08.16

URL:<http://www.mk.ru/economics/2016/08/31/nakopitelnuyu-chast-pensiy-zamorozyat-a-stipendii-ne-povysyat.html>

64) Минфин хочет продлить заморозку накопительной части пенсий//Статья Московского комсомольца от 15.03.16



URL:<http://www.mk.ru/economics/2016/03/15/minfin-khochet-prodlit-zamorozku-nakopitelnoy-chasti-pensiy.html>

65) Пенсионные накопления продолжают замораживать//Статья Московского Комсомольца от 05.08.14

URL:<http://www.mk.ru/economics/2014/08/05/pensionnye-nakopleniya-prodolzhayut-zamorazhivat.html>

66) Источник: в 2014 году отчислений в накопительную часть пенсий не будет//Статья издания Коммерсант от 30.09.13

URL:<http://www.kommersant.ru/doc/2308637>

67) Госдума приняла закон о продлении моратория на пенсионные накопления в 2015 году//Статья в Коммерсанте от 21.11.14

URL:<http://kommersant.ru/doc/2617157>

68) Госдума приняла закон о заморозке накопительной части пенсии//Статья из Коммерсанта от 04.12.15 URL:<http://www.kommersant.ru/doc/2870668>

69) Вице-премьер Голодец объявила о продлении заморозки накопительной пенсии//Статья Коммерсанта от 31.08.16 URL:

<http://kommersant.ru/doc/3077193>

70) Накопительную часть пенсии отменили на год//Статья «Дождя» от 30.09.13 URL:

[https://tvrain.ru/teleshov/novosti\\_sajta/nakopitelnuju\\_chast\\_pensii\\_otmenili\\_na\\_god-353398/](https://tvrain.ru/teleshov/novosti_sajta/nakopitelnuju_chast_pensii_otmenili_na_god-353398/)

71) Госдума приняла закон о заморозке пенсионных накоплений//Статья «Дождя» от 21.11.14

URL:[https://tvrain.ru/news/gosduma\\_prinjala\\_zakon\\_o\\_zamorozke\\_pensionnyh\\_nakoplenij-378398/](https://tvrain.ru/news/gosduma_prinjala_zakon_o_zamorozke_pensionnyh_nakoplenij-378398/)

72) Статья «Дождя» от 30.09.15 URL: [https://tvrain.ru/news/pension\\_2016-395380/](https://tvrain.ru/news/pension_2016-395380/)

73) Статья «Дождя» от 31.08.16 URL:

[https://tvrain.ru/news/pravitelstvo\\_prodlilo\\_zamorozku\\_pensij-416277/](https://tvrain.ru/news/pravitelstvo_prodlilo_zamorozku_pensij-416277/)

74) Накопительную часть пенсий заморозят ещё на три года//Статья «Дождя»

от 07.10.2016 URL: <https://tvrain.ru/news/zamorozjat-418554/>

75) Путин продлил заморозку пенсионных накоплений на 2015 год//Статья «Новой газеты» от 04.12.14 URL:

<https://www.novayagazeta.ru/news/2014/12/02/108359-putin-prodlil-zamorozku-pensionnyh-nakopleniy-na-2015-god>

76) Правительство поддержало индексацию пенсий и заморозку накоплений//Статья от 15.10.15 URL:

<https://www.novayagazeta.ru/news/2015/10/15/115624-pravitelstvo-podderzhalo-indeksatsiyu-pensiy-i-zamorozku-nakopleniy>

77) Правительство продлило заморозку пенсий//Статья «Новой Газеты» от 31.08.16 URL: <https://www.novayagazeta.ru/news/2016/08/31/124580-pravitelstvo-prodlilo-zamorozku-pensiy>

78) Госдума заморозила пенсионные накопления до 2019 года//Статья «Новой Газеты» от 09.12.16

URL:<https://www.novayagazeta.ru/news/2016/12/09/127322-gosduma-zamorozila-pensionnye-nakopleniya-do-2019-goda>

79) Сайт системы мониторинга СМИ "Медиалогия".URL: <http://www.mlg.ru/>