

➔ ЛЮДИ – ГЛАВНЫЙ ИНДИКАТОР

Михаил Шумаков, заместитель директора АНО «Национальные приоритеты»

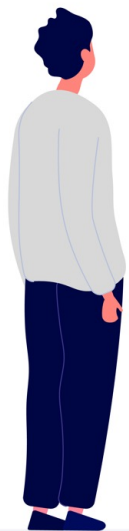
Цели

- Повышение осведомленности граждан о возможностях и результатах национальных проектов
- Расширение участия граждан в национальных проектах

Основные виды деятельности

- обеспечение коммуникационного и информационного сопровождения национальных проектов;
- мониторинг, разработка и развитие форматов участия граждан в национальных проектах;
- создание, выявление и поддержка проектов и инициатив, способствующих реализации национальных проектов;
- обеспечение распространения лучших практик в области реализации национальных проектов, в том числе в субъектах Российской Федерации;
- изучение общественного мнения и проведение социологических исследований по вопросам информированности общества о ходе реализации национальных проектов;
- мониторинг оценки гражданами результатов национальных проектов;
- организация информационной работы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», в том числе в социальных сетях, по вопросам реализации национальных проектов;
- проведение информационных и рекламных кампаний, посвященных вопросам реализации национальных проектов;
- развитие информационных систем, способствующих расширению участия граждан в реализации национальных проектов;
- создание и распространение кино-, видео-, аудио-, фотопродукции и другой мультимедийной продукции, в том числе программ, по вопросам реализации национальных проектов;
- информационное освещение деятельности Правительства Российской Федерации.

ФОКУС НА ЧЕЛОВЕКЕ!



- Сохранение населения, здоровье и благополучие людей
- Возможности для самореализации и развития талантов
- Комфортная и безопасная среда для жизни
- Достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство
- Цифровая трансформация

РОСТ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ЖИЗНЬЮ У ЛЮДЕЙ ЧЕРЕЗ:

- Рост доверия к государству
- Ощущение заботы и справедливости
- Возможности самореализации и активной позиции
- Вовлеченности в большие задачи и проекты



ОБЩЕЕ ЗНАНИЕ

гражданами России Национальных проектов как бренда и отношения к нему



ОТНОШЕНИЕ

целевых аудиторий к каждому из национальных проектов



ЗНАНИЕ ЦЕЛЕВЫМИ АУДИТОРИЯМИ

конкретных мер по каждому из национальных проектов



ВОВЛЕЧЕННОСТЬ

целевых аудиторий в национальные проекты



- Всероссийские социологические опросы (личные интервью) – раз в полгода
- Всероссийские социологические опросы (онлайн опросы) – раз в квартал
- Интернет-опросы по целевым группам – по запросу, ситуации
- Фокус-группы - по запросу, ситуации

Примеры мониторинга

Знание мер национальных проектов

О каких мерах национальных проектов Вы знаете, слышали? (в % от опрошенных)



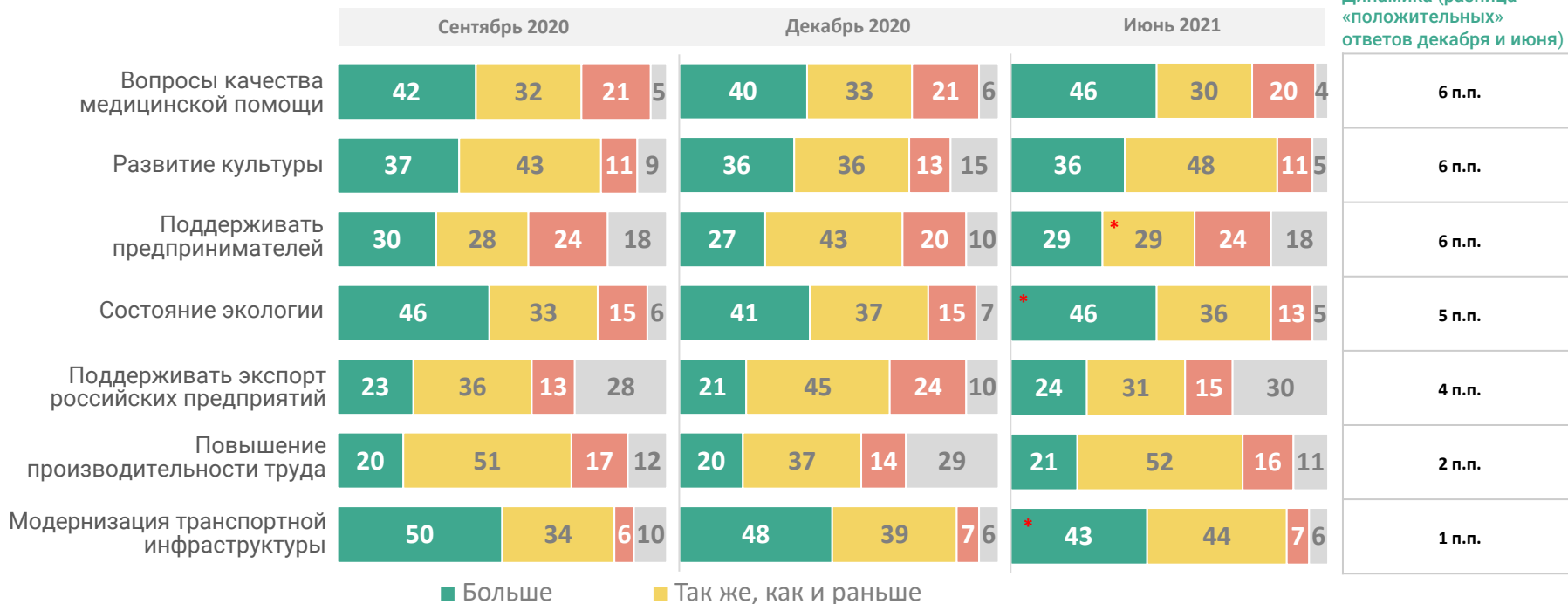
Знание мер национальных проектов

О каких мерах национальных проектов Вы знаете, слышали? (в % от опрошенных)



Изменение внимания к сфере деятельности нацпроекта со стороны государства за последний год

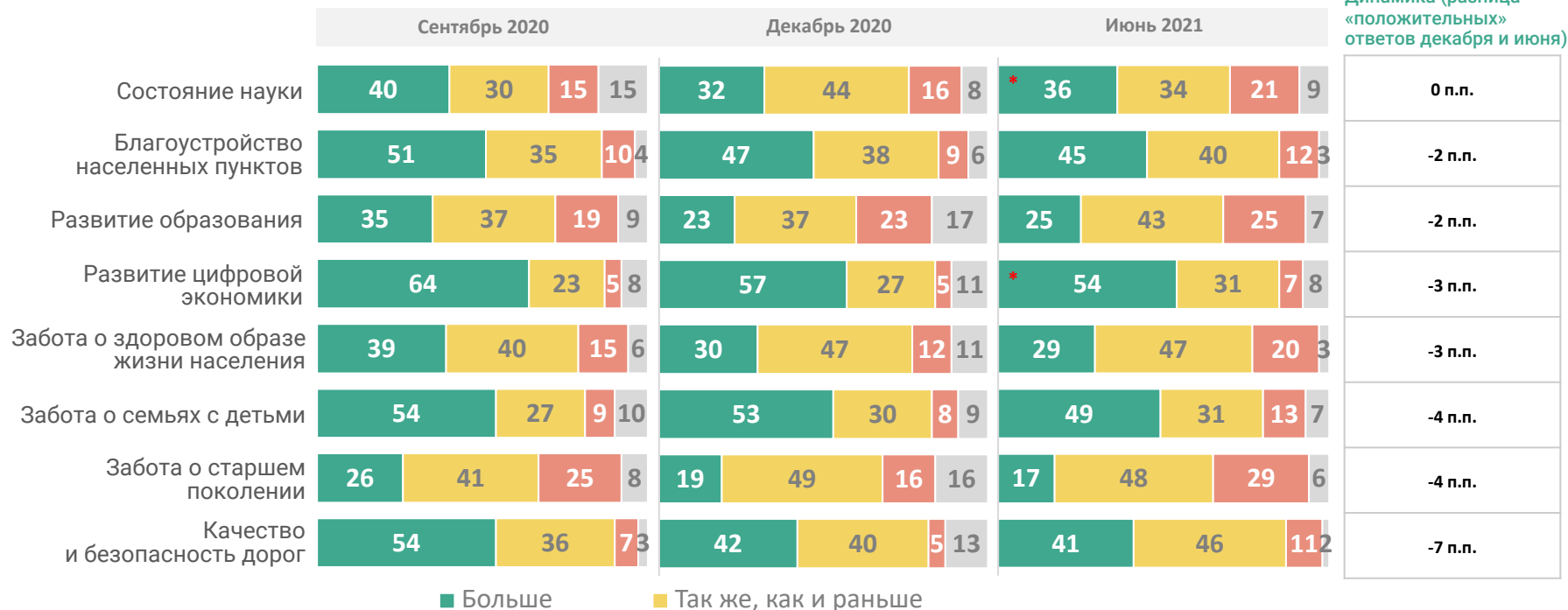
По Вашему мнению, государство, органы власти в течение последнего года стали уделять внимания сферам деятельности* больше или меньше, или так же, как и раньше? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



* Примечание: в опросе используются сферы деятельности, индивидуальные для каждого национального проекта

Изменение внимания к сфере деятельности нацпроекта со стороны государства за последний год

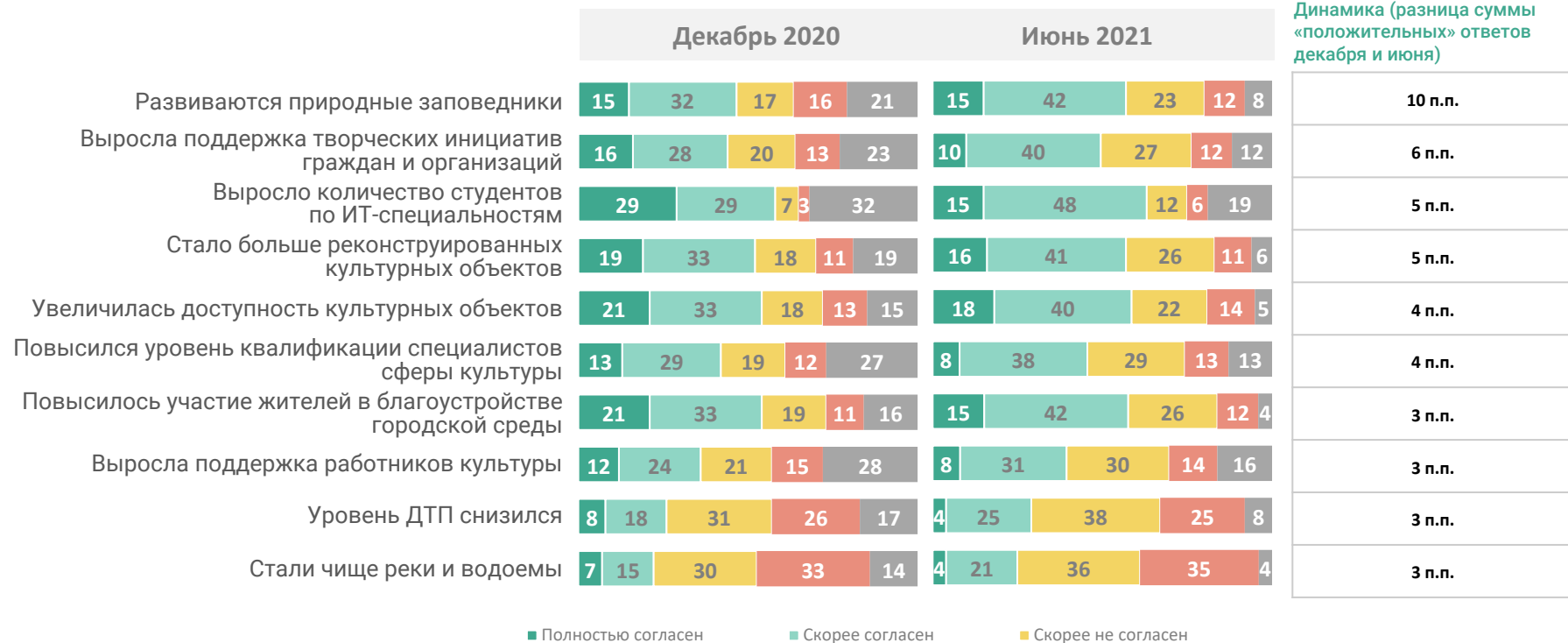
По Вашему мнению, государство, органы власти в течение последнего года стали уделять внимания сферам деятельности* больше или меньше, или так же, как и раньше? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



* Примечание: в опросе используются сферы деятельности, индивидуальные для каждого национального проекта

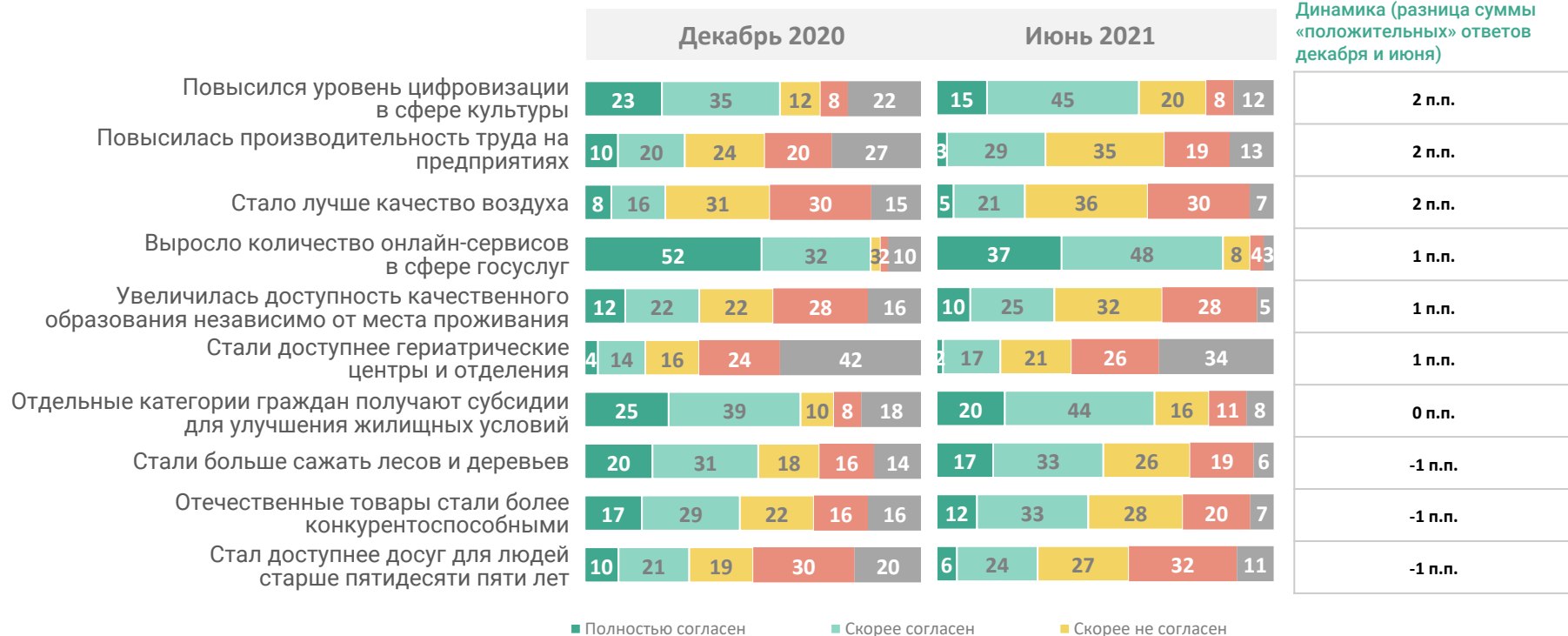
Заметность изменений в ходе реализации нацпроектов

Какие изменения произошли в течение последнего года? (% от опрошенных)



Заметность изменений в ходе реализации нацпроектов

Какие изменения произошли в течение последнего года? (% от опрошенных)



Вовлеченность в нацпроекты

Что из нижеперечисленного Вы делали в течение последнего года? (% от опрошенных)



Какими программами нацпроектов Ваша семья пользовалась? (% от опрошенных)



Знаете ли Вы, слышали о том, что общественность может контролировать реализацию проекта «Безопасные и качественные дороги»? Вы или Ваши родственники, знакомые принимали участие в таких мероприятиях или нет? (% от опрошенных)



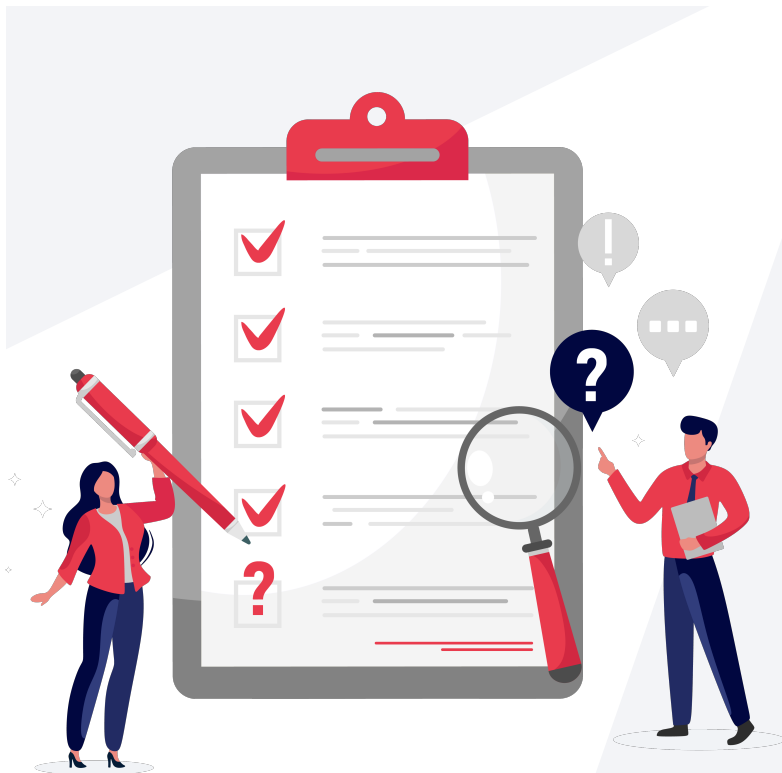
В разрезе по типу населенного пункта и округов (на примере благоустройства населенных пунктов)

По Вашему мнению, государство, органы власти в течение последнего года занимаются вопросами благоустройства населенных пунктов больше или меньше, или также, как и раньше?
(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)

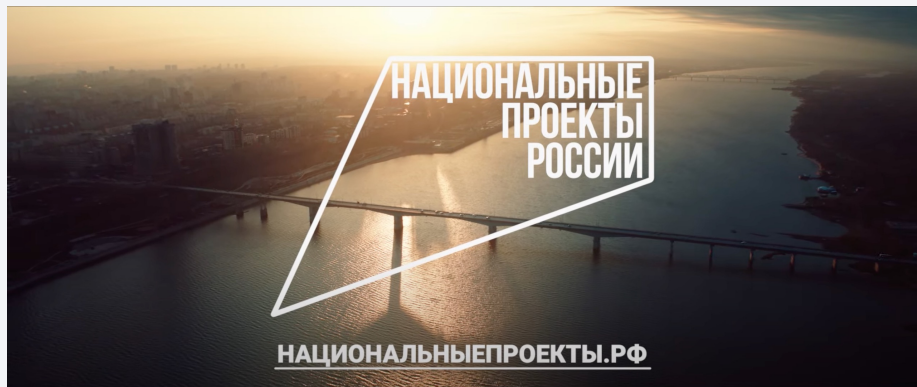
Тип населенного пункта						
	Москва или Санкт-Петербург	Миллион и более	От 500 тысяч до 950 тысяч	От 100 тысяч до 500 тысяч	Менее 100 тысяч	Село
Больше	51	47	47	45	49	44
Также, как и раньше	31	42	40	40	38	39
Меньше	12	6	9	7	8	12

	Федеральный округ							
	ДФО	ПФО	СЗФО	СКФО	СФО	УФО	ЦФО	ЮФО
Больше	40	46	47	55	44	47	48	48
Также, как и раньше	45	38	28	35	41	42	41	34
Меньше	6	10	12	7	10	5	9	11

- Для определения тренда нужно смотреть не на разницу в двух волнах, а на динамику в нескольких, как минимум в 3-4
- Большое влияние на результаты типа «знание нацпроектов» оказывает общая социально-экономическая ситуация и повестка. Например, каждая новая волна COVID-19 переключает внимание населения на себя и снижает результаты по знанию нацпроектов
- Для интерпретации результатов хорошо иметь «бенчмарк» (образец для сравнения)
- Социологический опрос показывает тренд (например, знание растет или знание падает), но не показывает причины тренда. Их нужно анализировать специально.



- АНО «Национальные приоритеты» может замерять отношение населения только в разрезе округов
- Мы готовы передать наш опросник в регионы, чтобы регионы своими силами проводили аналогичные опросы на своей территории



Спасибо за внимание

