

Прикладная эконометрика, 2026, т. 81, с. 26–45.

Applied Econometrics, 2026, v. 81, pp. 26–45.

DOI: 10.22394/1993-7601-2026-81-26-45

EDN: BAMTKX

Ф.И. Миничев¹

Потенциал использования текстовых данных для оценки инфляционных ожиданий в России

В статье предлагается методология измерения инфляционных ожиданий фирм в России на основе анализа текстовых данных крупнейших СМИ. Из социальной сети ВКонтакте выгружены более 2.3 млн новостных публикаций 13 российских изданий за период с января 2015 по октябрь 2024 г. Для выделения публикаций, посвященных именно инфляции, а не просто содержащих соответствующие ключевые слова, применяется модель латентного размещения Дирихле (LDA) — метод вероятностного тематического моделирования. Построенный индикатор интенсивности инфляционных ожиданий демонстрирует корреляцию 78% с ценовыми ожиданиями предприятий Банка России, что существенно выше корреляции с ожиданиями населения (48%). С помощью LASSO-регрессии установлено, что наибольший вклад в объяснение динамики ожиданий фирм обеспечивают три издания экономической направленности — «Коммерсантъ», «Ведомости» и «Эксперт», которые совместно объясняют 75% дисперсии ценовых ожиданий предприятий. Результаты подтверждают, что текстовые данные СМИ могут служить эффективным дополнением к опросным методам оценки инфляционных ожиданий.

Ключевые слова: инфляционные ожидания; обработка естественного языка; денежно-кредитная политика; средства массовой информации; инфляционное таргетирование.

JEL classification: C55; D84; E31; E37; E52.

1. Введение

В результате перехода к политике инфляционного таргетирования (ИТ), который окончательно завершился в 2015 г., основной целью Банка России (БР) стало поддержание постоянной годовой инфляции вблизи 4%. Классика литературы об ИТ свидетельствует о том, что управление инфляционными ожиданиями (ИО) — ключевой элемент при политике таргетирования инфляции (Svensson, 2010). Сотрудники Международного валютного фонда считают, что важность управления ИО сопоставима с важностью наличия номинального таргета при режиме ИТ (Adrian et al., 2018).

Инфляционные ожидания влияют на эффективность денежно-кредитной политики (ДКП) через несколько каналов. Они оказывают воздействие на потребительские решения домохозяйств и ценообразование фирм, отражают доверие экономических агентов к денежным властям. Их важность особенно высока при проведении ДКП в развивающихся странах

¹ Миничев Фёдор Ильич — ПАО «Сбербанк России», Москва; fedor.minichev@gmail.com.