

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
( **Н И У « Б е л Г У »** )

**ИНСТИТУТ ОБЩЕСТВЕННЫХ НАУК И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**  
**КАФЕДРА СОЦИОЛОГИИ И ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ С МОЛОДЕЖЬЮ**

**РАЗВИТИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ  
РЕАЛИЗАЦИИ МУНИЦИПАЛЬНОЙ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ  
(НА ПРИМЕРЕ Г. БЕЛГОРОДА)**

Выпускная квалификационная работа  
обучающегося по направлению подготовки  
39.03.03 Организация работы с молодежью  
очной формы обучения группы 10001521  
Кулаченко Евгении Леонидовны

Научный руководитель  
канд. социол. наук  
Кисиленко А.В.

БЕЛГОРОД 2019

## СОДЕРЖАНИЕ

|                                       |   |    |
|---------------------------------------|---|----|
| <b>ВВЕДЕНИЕ</b>                       |   | 3  |
| <b>ГЛАВА I.</b>                       | <b>ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ</b> | 8  |
| 1.1                                   | Теоретическое обоснование проблемы информационного освещения молодежной политики                              | 8  |
| 1.2                                   | Опыт решения проблемы информационного освещения молодежной политики   | 14 |
| 1.3                                   | Анализ законодательства в области информационной и молодежной политики  | 17 |
| <b>ГЛАВА II.</b>                      | <b>АНАЛИЗ ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ И ЕЕ ПРОЕКТНОЕ РЕШЕНИЕ</b>                 | 23 |
| 2.1                                   | Проблемное исследование целевых групп   | 23 |
| 2.2                                   | Паспорт проекта «Событийный путеводитель»   | 37 |
| 2.3                                   | План управления проектом «Событийный путеводитель»  | 44 |
| <b>ГЛАВА III.</b>                     | <b>ОПИСАНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ ПРОЕКТА «СОБЫТИЙНЫЙ ПУТЕВОДИТЕЛЬ» И ОБОСНОВАНИЕ ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ</b>                 | 54 |
| 3.1                                   | Показатели реализации проекта «Событийный путеводитель» и его социальной эффективности.                       | 54 |
| 3.2                                   | Описание мероприятий проекта «Событийный путеводитель»  | 55 |
| 3.3                                   | Условия коммерциализации проекта «Событийный путеводитель»  | 56 |
| <b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b>                     |   | 58 |
| <b>СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ</b> |   | 61 |
| <b>ПРИЛОЖЕНИЯ</b>                     |   | 68 |

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность темы исследования.** На сегодняшний день в Белгороде и Белгородской области регулярно проводятся массовые молодежные мероприятия. Однако зачастую молодежь плохо осведомлена об их проведении. Новостные объявления, как правило, публикуются на страницах, в группах организаторов в социальных сетях, где количество подписчиков не превышает 10 000 человек. Нередко информация о планируемых мероприятиях передается через диалоги в социальных сетях, попасть в которые можно только по личному приглашению организаторов.

В результате складывается ситуация, при которой молодежь не только мало включена в процесс реализации молодежной политики в Белгороде, но и слабо информирована об усилиях, предпринимаемых органами по работе с молодежью. Низкая осведомленность молодых людей о работе общественных объединений, о проводимых акциях, мероприятиях является важной проблемой. Так как участие молодежи в социальной и общественной жизни города является базовым компонентом гражданского становления личности каждого молодого человека.

Сложно отрицать, что эффективная и стабильная работа местных органов власти во многом зависит от того, насколько качественно будет выстроена публичная, информационная политика муниципалитета. Тем не менее, результаты исследований свидетельствуют о том, что эта задача решается лишь частично.

В настоящее время существует необходимость освещения в средствах массовой информации приоритетных направлений деятельности исполнительных органов власти, реализующих государственную молодежную политику, популяризации социально значимого контента, укрепления созидательной активности молодых граждан. Ведь молодежь, являясь самой динамичной и активной частью населения, обладает большим инновационным потенциалом. Необходимо этот потенциал развивать, вовлекая молодежь в

массовые молодежные мероприятия, целью которых является организация содержательного свободного времени молодежи (досуга), удовлетворение их интересов путем проведения различных форм культурно-массовой работы, направленной на повышение воспитательных функций досуговой деятельности.

В связи с этим возникла идея создания единого информационного пространства с целью информирования населения о планируемых событиях. Эта мера позволит повысить число участников массовых молодежных мероприятий, в том числе организованных органами, реализующими государственную молодежную политику как на территории Белгорода, так и на территории Белгородской области.

**Степень научной разработанности темы исследования.** Исследование теоретико-методологических основ информационного обеспечения, поиск способов его включения в управленческую деятельность опирается на широкий спектр научных взглядов отечественных и зарубежных ученых и управленцев.

Проблемы информационного обеспечения стали объектом пристального внимания разных наук: теории организаций, менеджмента, социологии управления, юриспруденции, политических и экономических наук. Информационное обеспечение в организационных системах управления рассматривается в работах И. С. Зингера, П. Ф. Иванова, О. П. Ильиной<sup>1</sup>.

Значительный вклад в разработку критериев эффективности информационного обеспечения управления внесли Э. В. Афанасьев, В. Н. Ярошенко<sup>2</sup>.

Роли информационных технологий в процессах управления посвящены

---

<sup>1</sup> Зингер И. С. Информационное обеспечение в организационных системах управления. М., 1987; Иванов П. Ф. Информационно-аналитическое обеспечение региональных органов власти и управления // Научно-техническая информация. Организация и методика информационной работы. 2002. - № 7; Ильина О. П., Смирнов И. А., Юровский А. Б. Служба информационного обеспечения. М., 1989.

<sup>2</sup> Афанасьев Э. В., Ярошенко В. Н. Эффективность информационного обеспечения управления. М., 1987.

работы Г. В. Атаманчука, К. А. Багриновского<sup>1</sup>. В исследование проблем информатизации управленческой деятельности существенный вклад внесли специалисты разных направлений. основополагающие положения о сущности информации, информатизации и управленческой информации содержатся в работах А. Д. Елякова, А. А. Коренного, В. Н. Костюка, И. И. Родионова, П. А. Страссмана, А. Д. Урсула, Ю. И. Черняка<sup>2</sup>.

Проблемы информационного общества рассматриваются в работах Д. Белла, М. Кастельса, А. И. Ракитова, Э. Тоффлера<sup>3</sup>.

Изучение литературы показывает, что сущность информационного обеспечения как вида управленческой деятельности, проблемы информационного обеспечения в органах государственного управления и способы их решения прописаны недостаточно основательно. Поиск разрешения противоречий в данной сфере диктуют необходимость дополнительных научных исследований с позиций структурно-функционального подхода как основного принципа исследований социальных явлений и процессов.

**Проблема исследования** заключается в противоречии между необходимостью информационного освещения молодежной политики и недостаточно развитой информационной инфраструктурой.

---

<sup>1</sup> Атаманчук Г. В. Государственное управление: организационно-функциональные вопросы. М., 2000; Атаманчук Г. В. Сущность государственной службы: история, теория, закон, практика. М., 2002; Атаманчук Г. В. Управление - социальная ценность и эффективность. М., 1995; Багриновский К. А. Новые информационные технологии // ЭКО. 1996. - №7.

<sup>2</sup> Еляков А. Д. Информатизация общества (философско-экономический анализ внедрения информационных технологий). Самара, 1999; Еляков А. Д. Современная информационная революция // СОЦИС. 2003. - №10; Еляков А. Д. Современное информационное общество // Высшее образование в России. 2001. - № 4; Коренной А. А. Информация и коммуникация. Киев, 1986; Костюк В. Н. Информация как социальный и экономический ресурс. М., 1997; Родионов И. И. Информационные ресурсы для предпринимателей. М., 1994; Родионов И. И. Мировой рынок электронной информации для предпринимателей. М., 1992; Страссман П. А. Информация в век электроники: проблема управления. М., 1987; Черняк Ю. И. Информация и управление. М., 1974.

<sup>3</sup> Белл Д. Социальные рамки информационного общества / Новая технологическая волна на Западе. М., 1986; Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общества, культура. М., 2000; Кастельс М. Высокие технологии: экономика и общество. М., 1990; Ракитов А. И. Философия компьютерной революции. М., 1991; Тоффлер Э. Третья волна // США: экономика, политика, идеология. 1982.

**Объект исследования** – муниципальная молодежная политика.

**Предмет исследования** – информационная инфраструктура муниципальной молодежной политики.

**Цель исследования** – формирование эффективных способов информирования населения о предстоящих мероприятиях.

Цель, объект и предмет исследования определили следующие **задачи**:

1. Изучить теоретические основы информационного обеспечения деятельности органов молодежной политики.

2. Проанализировать эффективность освещения средствами массовой информации городских мероприятий (на примере г. Белгорода).

3. Предложить проект, направленный на совершенствование системы информационного обеспечения молодежной политики в г. Белгороде.

**Теоретико-методологическую основу исследования** составили общие принципы социологии, социологии молодежи. В процессе исследования были применены общенаучные теоретические методы: сравнительный метод, системный анализ, метод классификации.

**Эмпирическую базу исследования** составили следующие нормативно-правовые акты и документы:

1. Указ Президента Российской Федерации от 9 мая 2017 года № 203;  
2. Основы государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года;

3. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 ноября 2014 года №2403-р «Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года»;

4. Авторское исследование, проведенное в мае 2019 года в г. Белгороде среди молодежи г. Белгорода (N=100). Основной метод сбора информации – анкетирование.

**Научно-практическая значимость исследования.** Результаты исследования позволяют углубить теоретические представления в области изучения проблем информационного обеспечения деятельности органов

реализации молодежной политики, которые могут быть использованы на практике.

Представляется также возможным применение полученных в ходе исследования результатов в деятельности органов государственного управления при разработке программ повышения эффективности информационного обеспечения.

**Структура выпускной квалификационной работы.** Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка источников и литературы и приложений.

# ГЛАВА I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ

## 1.1. Теоретическое обоснование проблемы информационного освещения молодежной политики

Отношение к молодежи всегда являлось актуальным вопросом для государства и общества. Молодежь отнюдь не является саморазвивающейся системой, ее жизнь обусловлена существующими социально-экономическими и политическими условиями. Необходимость проведения особой политики в отношении молодежи определяется спецификой ее положения в обществе. Молодежь недостаточно понимать в традиционном смысле, только в качестве будущего общества. Ее необходимо оценивать как органичную часть современного общества, несущую особую, незаменимую другими социальными группами, функцию ответственности за сохранение и развитие страны, за преемственность ее истории и культуры, жизнь старших поколений и воспроизводство последующих, и в конечном итоге – за выживание народов как культурно-исторических общностей. Молодежь имеет свои особые функции в обществе, которые не могут быть реализованы никакой другой социально-демографической группой. Это и вызывает необходимость реализации особой политики в отношении к этой части населения.

В настоящее время молодежная политика является одним из приоритетных направлений деятельности как федеральных, так региональных и муниципальных органов власти, перспективным направлением социально-экономической политики Российской Федерации, Белгородской области и города Белгорода. Основная цель молодежной политики – создание социально-экономических, правовых и организационных условий и гарантий для самореализации личности молодого человека, реализации его интересов и социального становления, максимального раскрытия потенциала молодежи в интересах развития общества, а также для поддержки молодежных инициатив. Эффективность реализации молодежной политики в городе зависит от



успешности взаимодействия муниципальных органов, общественных объединений и самой молодежи. Эффективно реализуемая молодежная политика поддерживает индивидуальное развитие молодого человека, а не стремится формировать его личность по шаблонам, стандартам. Она должна информационно и ресурсно обеспечить выбор человека, стимулировать молодежные инициативы.

Инфраструктура молодежной политики – это система государственных и муниципальных учреждений органов по делам молодежи, осуществляющих полифункциональную деятельность в целях социальной адаптации юношей и девушек, их интеграции в социально-экономическую, общественно-политическую и культурную жизнь страны, региона, поселения. Функционально инфраструктура молодежной политики включена в состав социальной инфраструктуры, которая, следуя приоритетам социальной политики, ориентирована на удовлетворение базовых потребностей человека и реализует свой потенциал с помощью разнообразных услуг, оказываемых учреждениями социальной сферы.

На региональном уровне инфраструктура молодежной политики представляет собой систему организаций и учреждений по делам молодежи, способствующих самореализации молодых людей, направленных на реализацию молодежных потребностей, в том числе образовательного, досугового, психологического, правозащитного характера.

Компонентный состав инфраструктуры молодежной политики включает:

1. нормативно-правовой компонент (законодательные акты и нормативные документы, регулирующие функционирование инфраструктуры);
2. институциональный компонент (типология учреждений);
3. содержательно-технологический компонент (направления работы, методы, техники, формы и средства поддержки молодежи);

4. ресурсный компонент (финансовое, материально-техническое, информационное кадровое оснащение учреждений).

Учитывая важность реализации политики в отношении молодежи, следует уделять особенное внимание решению проблем в этой сфере.

Невозможно не заметить, что на современном этапе развития общества все больше развивается информатизация всех сфер жизни, образуется единое информационное пространство, увеличивается количество способов получения информации, появляются новые площадки вещания. Все сферы деловой активности в современном мире неизбежно связаны с необходимостью использования средств массовых коммуникаций. Под воздействием этих тенденций меняются условия жизни, культура, модели поведения. Средства массовой информации являются неотъемлемым элементом современной культуры и, обладая широкими возможностями, охватывают все сферы общественной жизни, формируют массовую культуру, общественное мнение и оказывают значительное влияние на формирование ценностных ориентаций личности. Как следствие, информация становится одним из важнейших средств воздействия на общественное сознание и общественное поведение, то есть инструментом управления.

Современная жизнь становится все более зависима от количества и качества информации, обладаемой жителями региона, муниципалитета. От того, насколько эффективно она используется, зависит и развитие региона в целом. Информационная инфраструктура представляет собой систему организационных структур, подсистем, которые обеспечивают функционирование и развитие информационного пространства страны, региона, города и средств информационного взаимодействия. Развитие информационной инфраструктуры важно и в области молодежной политики. В частности потому, что это влияет на уровень активности молодых людей, степень их участия в общественной жизни города и региона.

В 2013 году в Москве сотрудники и студенты Национального исследовательского университета «Высшая школа

экономики» Т. Г. Нежина, К. А. Петухова, Н. И. Чечеткина, И. С. Миндарова в своей научной статье<sup>1</sup> исследовали мотивацию участия молодежи в волонтерском движении. Для определения достижений и ограничений в развитии добровольчества среди молодежи ими были проведены экспертные интервью с общественными деятелями и экспертами по вопросам гражданского общества. Также авторы статьи провели опрос в 16 некоммерческих организациях Москвы.

С шестью российскими экспертами были проведены неформализованные интервью по вопросам развития добровольчества среди молодежи России. Эксперты выделили такие проблемы, как:

1. Недостаточная информированность о возможностях осуществления волонтерской деятельности;
2. Слабо развитая социальная реклама;
3. СМИ не уделяют должного внимания работе некоммерческого сектора;
4. Принудительное использование молодежи в качестве массовки на разного рода акциях.

Также все шесть опрошенных экспертов отметили растущую роль сети Интернет в развитии молодежного добровольчества.

Основываясь на результатах экспертных интервью, можно уверенно говорить о том, что недостаточная осведомленность населения, в особенности молодежи, о работе общественных объединений, о проводимых акциях, мероприятиях является одной из основных проблем низкой вовлеченности в общественную деятельность.

Рассмотрим уровень участия молодежи Белгорода в работе общественных объединений. Авторы социологического исследования

---

<sup>1</sup> Мотивация участия молодежи в волонтерском движении. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/motivatsiya-uchastiya-molodezhi-v-volonterskom-dvizhenii> (дата обращения: 15.05.2019)

«Социальные проблемы молодежи в г. Белгороде»<sup>1</sup> утверждают, что осведомленность молодых людей о работе существующих молодежных объединений Белгорода весьма низкая. Готовность участвовать в таких организациях и движениях также не высока. По результатам исследования половина молодежи в возрасте от 18 до 24 лет знает о молодежных общественных организациях, однако 60% респондентов в других возрастных категориях молодежи вообще не слышали о молодежных общественных организациях Белгорода. Большинство молодых людей не только не включено в процесс реализации молодежной политики, но и не информировано об усилиях, предпринимаемых органами по работе с молодежью.

Следует отметить, что приглашение к участию в организуемых мероприятиях осуществляется, чаще всего, через группы в социальных сетях, где охват аудитории весьма мал: например, самое многочисленное число подписчиков обнаружено у группы областного государственного бюджетного учреждения «Центр молодежных инициатив». По состоянию на 13 июня 2019 года охват составляет 7 779 человек. При этом численность молодежи Белгорода по состоянию на 2017 год составляет 187 803 человек<sup>2</sup>. Часто приглашение к участию в событиях осуществляется через личные диалоги в социальных сетях, куда можно попасть только по приглашению сотрудников.

Как следствие, происходит потеря потенциальной аудитории, низкий уровень участия в общественной жизни, иллюзия низкого интереса молодежной аудитории к проводимым мероприятиям.

Учитывая все вышесказанное, можно сделать вывод о растущей необходимости освещения деятельности в области государственной молодежной политики, популяризации социально значимого контента, создания единого молодежного медиаресурса.

---

<sup>1</sup> Воронов В.А. Стариков Н.В. Социологическое исследование «Социальные проблемы молодежи в г. Белгороде». Белгород, 2008.

<sup>2</sup> Белгородская область в цифрах. URL: [http://belg.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/belg/resources/5e9abb0045dec6f39524fdedf35b80/0107\\_2018.pdf](http://belg.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/belg/resources/5e9abb0045dec6f39524fdedf35b80/0107_2018.pdf) (дата обращения: 15.05.2019)

Однако, принимая меры по развитию информационной инфраструктуры, всегда следует учитывать, какой способ донесения информации является наиболее результативным и удобным.

Популярность более традиционных средств массовой информации, таких как печатные издания, радио, телевидение, непреклонно уменьшается. Это связано с уходом молодежной аудитории в интернет-пространство. На это есть ряд причин:

1. Интернет является самым крупным источником информации на сегодняшний день;
2. Простота использования;
3. Доступность;
4. Быстрота получения информации;
5. Персонализация – каждый пользователь волен получать информацию, соответствующую его предпочтениям;
6. Интерактивность – Интернет предполагает диалог с большим числом пользователей, а не одностороннюю коммуникацию, как традиционные СМИ.

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) в сентябре 2018 года провел опрос среди 1600 россиян в возрасте от 18 лет о том, «Пользуетесь ли Вы интернетом, и если да, то как часто?» Оказалось, что доля интернет-пользователей в России достигает 81% граждан. В том числе 65% из опрошенных выходят в сеть ежедневно. Среди россиян от 18 до 24 лет этот показатель составляет 97%. Согласно статистическим данным, еще в 2011 году Россия вышла на первое место в Европе по количеству пользователей сети Интернет.

Таким образом, очевидно, что информационное обеспечение является неотъемлемой частью эффективно реализуемой молодежной политики. А наиболее популярной формой получения информации являются интернет-ресурсы.

## **1.2. Опыт решения проблемы информационного освещения молодежной политики**

Отличным примером информационного обеспечения мероприятий служит единая информационная система «Добровольцы России», которая является главным интернет-ресурсом в области волонтерской деятельности. На данном ресурсе освещается деятельность каждого зарегистрированного добровольца, размещаются мероприятия федерального, регионального, местного масштаба, тематические новости. Целью организации данного ресурса является развитие добровольчества на территории Российской Федерации, совершенствование механизмов взаимодействия органов власти, добровольцев и организаторов добровольческой деятельности.

Система позволяет верифицированным добровольческим организациям взаимодействовать с волонтерами эффективнее благодаря системе публикации и продвижения возможностей, поиска и отбора волонтеров, поиска партнеров. ЕИС «Добровольцы России» объединяет различные запросы и предложения со стороны добровольцев и организаций в рамках одного ресурса, что позволяет всем гражданам вне зависимости от возраста, места жительства и интересов находить подходящие возможности для оказания волонтерской помощи и самореализации через добровольчество.

Система направлена на активный обмен знаниями и опытом в сфере добровольчества, развитие коммуникаций и обучение добровольцев, сбор статистической и аналитической информации, осуществление взаимной оценки волонтеров и организаторов добровольческой деятельности, фиксацию опыта и достижений волонтеров. Система имеет свои особенности:

1. Возможность оперативной коммуникации через социальную сеть;
2. Возможность взаимной оценки волонтеров и организаций;
3. Система отзывов и комментариев;
4. Формирование рейтингов;
5. Электронное портфолио волонтера с возможностью быстрой печати в формате «справка»;

6. Предупреждения фальсификации данных и количества отработанных часов.

Данный проект реализуется при поддержке Фонда президентских грантов.

Еще одним примером информационного обеспечения молодежных проектов и программ может служить интернет-платформа, позволяющая регистрироваться и участвовать в мероприятиях федерального, окружного, регионального, муниципального масштаба – автоматизированная информационная система «Молодежь России». Она была запущена в начале 2016 года по инициативе Федерального агентства по делам молодежи – федерального органа исполнительной власти, деятельность которого целиком сосредоточена на создании равных условий для самореализации подрастающего поколения, на создании максимального количества возможностей для самореализации молодых людей и, как следствие, эффективной реализации инновационного потенциала молодежи в обществе.

Для участников АИС «Молодежь России» дает возможность оперативно подать заявку на участие в мероприятии, получить подтверждение об участии, накапливать баллы, вносить в систему свои проекты, подавать заявку на получение грантовой поддержки.

Для региональных органов, реализующих направления государственной молодежной политики, АИС «Молодежь России» позволяет: автоматизировать процессы отправки делегаций на мероприятия, обеспечить работу с заявками региональных участников в одной системе, возможность адресной работы с каждым участником.

Создание мероприятий в АИС «Молодежь России» избавляет от необходимости создания отдельных страниц для обеспечения регистрации, что позволяет сократить временные и финансовые затраты при организации мероприятий.

Цель АИС «Молодежь России» – автоматизация процессов взаимодействия молодежи с федеральными органами исполнительной власти,

органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, общественными объединениями и иными организациями, принимающими участие в реализации государственной молодежной политики; мониторинг, обработка и аккумулирование информации об активности реализации молодежных программ, проведении конкурсов и мероприятий в сфере государственной молодежной политики.

Задачи АИС «Молодежь России»:

1. Планирование мероприятий в сфере государственной молодежной политики;
2. Единая регистрация участников форумных кампаний и мероприятий, проводимых при участии органов исполнительной власти, молодежных и детских объединений;
3. Поддержка молодежных общественных организаций посредством единого механизма взаимодействия;
4. Учет активности пользователей АИС «Молодежь России»;
5. Формирование профессиональных молодежных сообществ;
6. Мониторинг реализации молодежной политики на территории Российской Федерации;
7. Подготовка и формирование электронной отчетности посредством АИС «Молодежь России».

В момент начала введения системы в работу регистрация была доступна только для граждан старше 18 лет, а с октября 2017 года такая возможность предоставляется для молодых людей от 14 лет.

В АИС «Молодежь России» существует возможность регистрации иностранных граждан. Независимо от того, проживают они на территории определенного субъекта РФ или не проживают, в настоящее время им доступны только федеральные мероприятия, в которых могут принимать участие иностранцы. Региональные мероприятия для них не доступны, что является существенным недостатком системы.



### **1.3. Анализ законодательства в области информационной и молодежной политики**

Формирование единого городского молодежного информационного ресурса возможно лишь при наличии нормативно-правовых актов, регламентирующих данную деятельность. Поэтому рассмотрим законодательную базу в области молодежной и информационной политики.

В настоящее время документами, регламентирующими реализацию молодежной политики на территории г. Белгорода, являются Основы государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года и Стратегия развития города Белгорода до 2025 года.

Однако же подход к средствам массовой информации как к выразителям мнений и инструментам получения и распространения общественно значимых сведений нашел свое отражение в Законе РФ «О средствах массовой информации», который развивает и конкретизирует принцип свободы массовой информации, закрепленный в части 5 статьи 29 Конституции РФ. Этот Закон является базовым в сфере правового регулирования отношений, возникающих по поводу организации деятельности средств массовой информации, их отношений с гражданами и организациями, порядка распространения массовой информации.

Указом Президента Российской Федерации от 9 мая 2017 года № 203 утверждена Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы, определяющая цели, задачи и меры по реализации внутренней и внешней политики Российской Федерации в сфере применения информационных и коммуникационных технологий, направленные на развитие информационного общества, формирование национальной цифровой экономики, обеспечение национальных интересов и реализацию стратегических национальных приоритетов.

Целью Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы является создание условий для формирования в

Российской Федерации общества знаний. Стратегия призвана способствовать формированию цифровой экономики.

Региональное законодательство Белгородской области включает в себя Государственную программу Белгородской области «Развитие информационного общества в Белгородской области на 2014-2020 годы», утвержденную Постановлением Правительства Белгородской области от 16 декабря 2013 года №518-пп. На основе перечня актуальных проблем в сфере реализации государственной программы были определены две подпрограммы:

1. Подпрограмма 1 «Создание условий для развития информационного общества».

2. Подпрограмма 2 «Повышение качества и доступности государственных и муниципальных услуг».

Формирование в России гражданского общества и правового государства, политический плюрализм порождают огромную общественную потребность в массовой информации. Это требует от органов власти повышения профессионального уровня служб, в компетенцию которых входит организация информационного обмена, а также совершенствования коммуникативной компетентности управленческих кадров и развития у них навыков комплексного социально ориентированного планирования их деятельности, которое позволяет с учетом получаемых в ходе информационного обмена данных прогнозировать и устранять социальные риски. Решение этих задач, безусловно, требует грамотных управленческих усилий, развития экономической базы и инфраструктуры, высокой профессиональной культуры в отраслях народного хозяйства. Но оно также требует доверия населения к власти, информированности о мотивах ее деятельности, повышения интереса людей к созиданию, то есть в первую очередь к вопросам экономики и социальной сферы, в то время как сегодня в этом плане лидируют политика и криминальные новости.

Необходимость удовлетворения информационных потребностей общества обуславливает особую роль СМИ и массовых коммуникаций. При

этом необходимо учитывать, что современные СМИ не только оперативно отражают происходящие в обществе события, но в значительной степени занимаются анализом информации, ее предварительной фильтрацией и целенаправленным отбором.

В Стратегии социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 года определено, что становление благоприятной социальной среды, создание условий для эффективной реализации человеческого потенциала и обеспечения качества жизни населения на основе динамичного развития экономики региона является одной из важнейших задач. Для ее решения необходимо уделять внимание развитию духовного потенциала, улучшению качества человеческих отношений путем формирования регионального солидарного общества и развитие институтов гражданского общества, повышению уровня самоорганизации общества, гражданской активности населения.

В рамках реализации Стратегии области в 2011 году постановлением Правительства области от 24 ноября 2011 года N 435-пп утверждена Стратегия «Формирование регионального солидарного общества» на 2011 - 2025 годы. Она реализуется в 3 этапа (1 этап - 2011 - 2015 годы; 2 этап - 2015 - 2020 годы; 3 этап - 2020 - 2025 годы) и предполагает корректировку с учетом результатов ежегодного социологического мониторинга. Стратегия «Формирование регионального солидарного общества» включает в себя мероприятия в рамках взаимодействия с институтами гражданского общества, ряд информационных проектов, реализуемых с помощью средств массовой информации и рекламы.

Важность отрасли СМИ для развития Белгородской области определяется не только традиционными экономическими отраслевыми показателями выпуска продукции, но и тем влиянием, которое оказывают СМИ на формирование общественного сознания, их ролью в установлении полноценного диалога между властью и обществом, определяющим влиянием СМИ на формирование общественного мнения, сохранение и укрепление нравственных ценностей общества, духовности, традиций патриотизма и

гуманизма, культурного и научного потенциала. Именно поэтому создание качественного информационного продукта и гарантированное доведение его до населения области становится принципиальной задачей. Кроме этого, необходимость совершенствования механизмов информирования жителей области о деятельности органов власти региона связана также с реализацией приоритетных национальных проектов и социально значимых государственных целевых программ.

Важнейшими принципами обеспечения доступа населения к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления являются открытость и доступность информации, свобода ее поиска, получения, передачи и распространения. Реализация этих принципов напрямую зависит от количества и качества средств массовой информации, наличия у них необходимой материально-технической базы, определяющей практические возможности выпуска газет, телевизионных и радиопрограмм.

Повышение качества информации, ее оперативное доведение до населения, увеличение объемов телерадиовещания, периодичности городских и районных газет, большинство из которых являются официальными публикаторами нормативных правовых актов Белгородской области, приводят к расширению информационных возможностей и к увеличению аудитории имеющихся средств массовой информации.

Развитие медиаиндустрии происходит в соответствии с очевидной мировой тенденцией, при которой уровень интереса к печатным средствам массовой информации, книгам и иной полиграфической продукции снижается и уступает уровню интереса к телевидению, радио, Интернету как к каналам и способам передачи информации, что кардинально меняет структуру воспринимаемой потребителем информации. При этом концепция вещания телевидения и радио ориентируется преимущественно на экономический результат (прежде всего, рейтинг программ, обеспечивающий рекламные контракты), что приводит к преобладанию развлекательных, музыкальных, новостных программ в ущерб образовательным, познавательным, детским,

просветительским передачам, производство которых требует значительного финансирования.

Механизмы влияния органов власти региона на концепции вещания федеральных каналов и тематику публикаций общероссийских периодических и электронных СМИ практически отсутствуют. В связи с этим Правительством Белгородской области проводится целенаправленная политика по поддержке и развитию местных периодических печатных изданий и областных телерадиокомпаний.

Важнейшими принципами обеспечения доступа населения к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления являются открытость и доступность информации, свобода ее поиска, получения, передачи и распространения. Реализация этих принципов напрямую зависит от количества и качества СМИ, наличия у них необходимой материально-технической базы, определяющей практические возможности выпуска газет и журналов, другой печатной продукции, телевизионных и радиопрограмм.

В белгородском регионе уже есть определенный опыт – в 2006-2008 годах Белгородская область впервые подошла к решению проблемы государственно-гражданского взаимодействия через формирование информационных ресурсов и информационно-коммуникационной инфраструктуры, систему конкретных мероприятий, сведенных в единую Программу развития информационного пространства Белгородской области, утвержденную постановлением Правительства области от 27 октября 2006 года N 233-пп «Об утверждении Программы развития информационного пространства Белгородской области на 2006 - 2008 годы». Она была создана в целях развития единого социально ориентированного информационно-телекоммуникационного пространства Белгородской области, обеспечения прозрачности деятельности органов исполнительной власти области и органов местного самоуправления, повышения эффективности их взаимодействия с гражданским обществом, осуществления модернизации системы

информационного обеспечения и в результате способствовала повышению эффективности работы СМИ.

Таким образом, информационное обеспечение является важным аспектом реализации молодежной политики, а значит основывается на ряде нормативно-правовых актов федерального, регионального и муниципального уровней. Имеющаяся нормативно-правовая база обуславливает необходимость реализации проектов и программ, направленных на формирование и развитие информационной инфраструктуры, а также вовлечения молодежи в социальную жизнь города и региона.

## ГЛАВА II. АНАЛИЗ ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ И ЕЕ ПРОЕКТНОЕ РЕШЕНИЕ

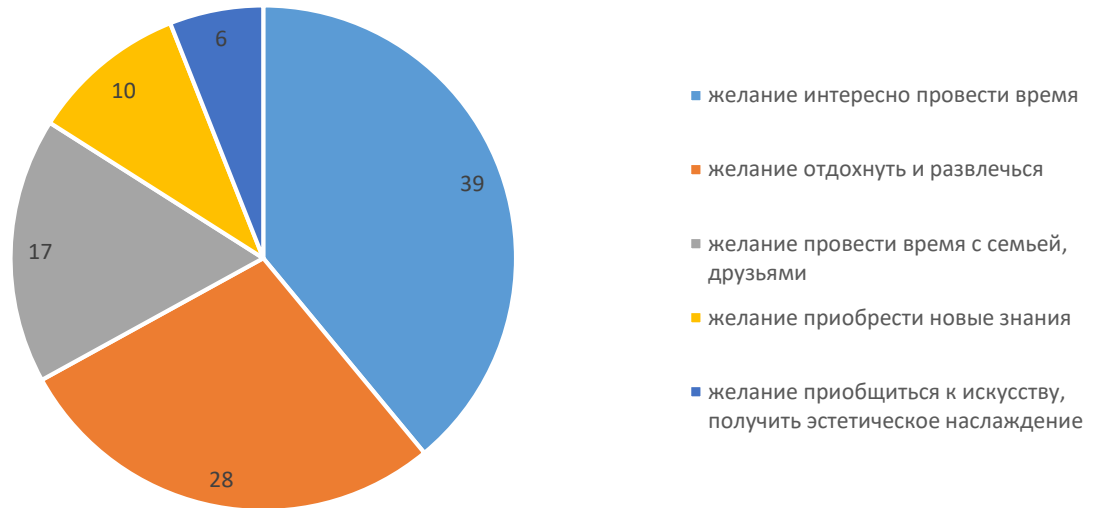
### 2.1. Проблемное исследование целевых групп

Для решения исследовательских задач в рамках выпускной квалификационной работы было проведено социологическое исследование, которое помогло определить осведомленность белгородской молодежи о молодежных мероприятиях. В представленном социологическом исследовании применяется стихийная выборка. Методом исследования выступал анкетный опрос. В ходе проведения социологического исследования было опрошено 100 человек. Были соблюдены пропорции по полу – 50 респондентов являются лицами женского пола и 50 респондентов являются представителями мужского пола. Были выбраны следующие возрастные рамки молодежи: 14-30 лет. Респонденты были распределены по возрасту: 14-17 лет (подростки), 18-24 лет (юные), 25-30 лет (зрелые). Количество респондентов по возрастным группам составило: 14-17 лет – 42 человека, 18-24 лет – 48 человек, 25-30 лет – 10 человек. Такое распределение респондентов связано с тем, что учащаяся молодежь, в отличие от работающей, имеет больше свободного времени для участия в общественной жизни и разного рода мероприятиях. Респондентам было предложено ответить на 20 закрытых и полузакрытых вопросов анкеты.

При проведении опроса стояла задача не только выявить наиболее актуальные проблемы информационного обеспечения молодежной политики в г. Белгороде, но и выявить эффективные меры, способствующие налаживанию коммуникации между властью и молодежью.

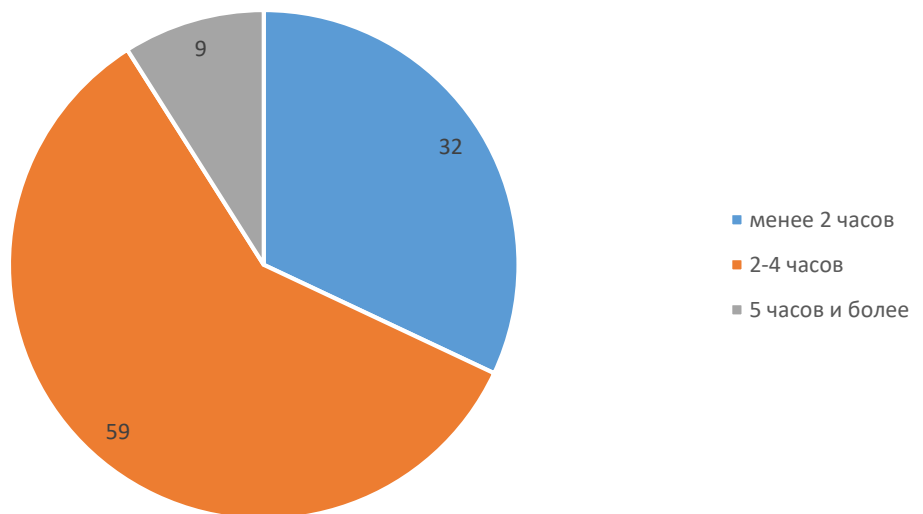
Для определения мотивации выбора молодыми людьми способа времяпрепровождения респондентам был задан вопрос: «Что для Вас определяет выбор способа отдыха в свободное время?» В результате выяснилось, что большая часть молодежи руководствуется желанием интересно провести время – 39% опрошенных, желанием отдохнуть и

развлечься – 28% опрошенных. Также 17% опрошенных при определении способа отдыха ориентируются на желание провести время с семьей и друзьями, еще 10% опираются на желание приобрести новые знания, лишь 6% опрошенных выделили желание приобщиться к искусству, получить эстетическое наслаждение.



**Диаграмма 1. Что для Вас определяет выбор способа отдыха в свободное время?**

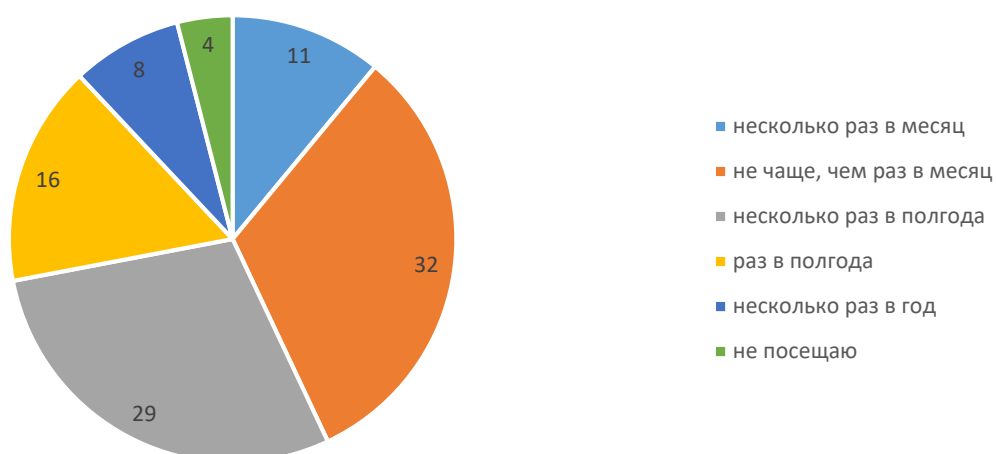
Следующий вопрос: «Какое количество свободного времени в сутки Вы имеете?» необходим для того, чтобы понимать, сколько времени молодые люди готовы уделить общественной активности. Большинство молодых граждан – 59% в сутки имеют 2-4 часа свободного времени, еще 32% имеют менее 2 часов, лишь 9% свободны более 5 часов в сутки.



**Диаграмма 2. Какое количество свободного времени в сутки Вы имеете?**

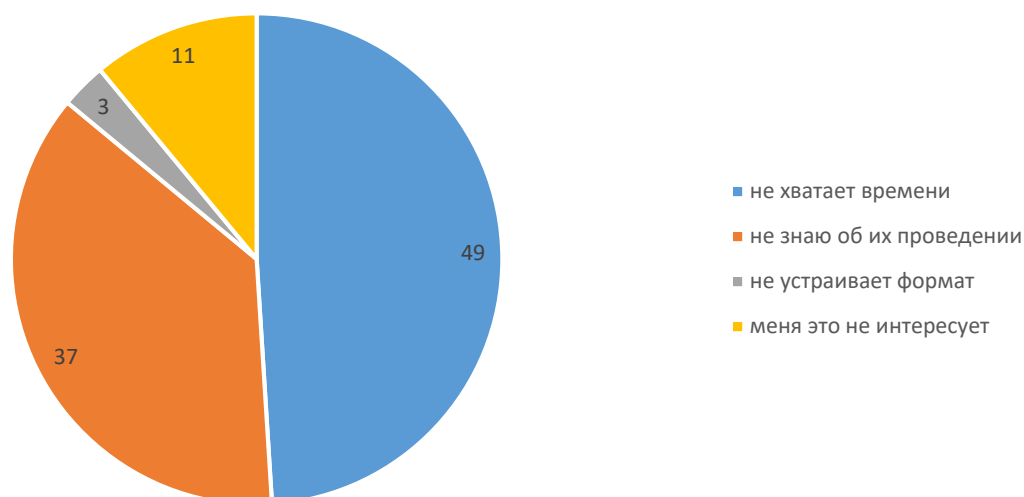


Для того, чтобы выяснить, как часто молодые люди принимают участие в массовых молодежных мероприятиях, проводимых в Белгороде, был задан вопрос: «Как часто Вы посещаете городские мероприятия?» Оказалось, что 32% респондентов посещают мероприятия не чаще, чем раз в месяц, 29% молодых людей участвуют несколько раз в полгода. Еще 16% опрошенных участвуют раз в полгода, 8% – раз в год, 4% не посещают вовсе. И лишь 11% опрошенных принимают участие несколько раз в месяц.



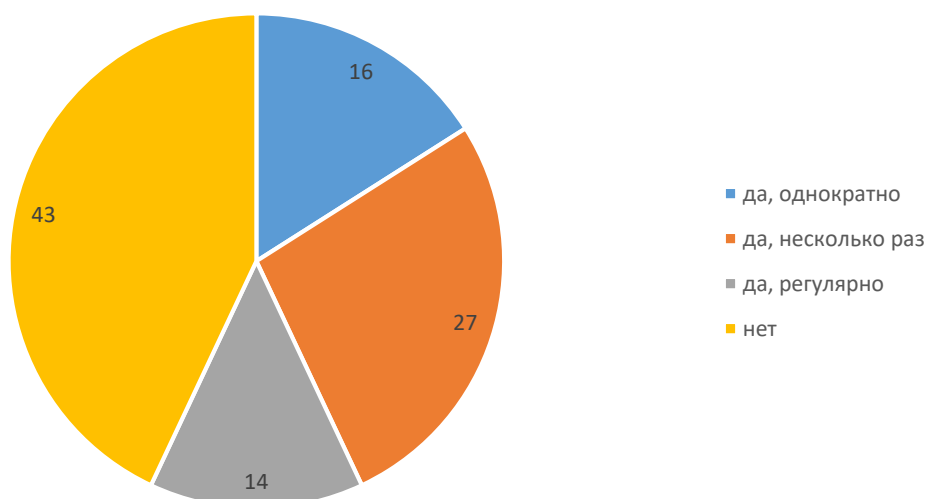
**Диаграмма 3. Как часто Вы посещаете городские мероприятия?**

Следующий вопрос был задан с целью определить причины, по которым молодежь не посещает мероприятия: «Если Вы не посещаете массовые молодежные мероприятия, то по какой причине?» Ответы распределились следующим образом: 49% молодых людей ответили, что им не хватает времени на участие в общественной жизни, 37% респондентов не осведомлены о проведении мероприятий, лишь 11% опрошенных ответили, что это им в целом не интересно, еще 3% респондентов не устраивает формат проводимых мероприятий.



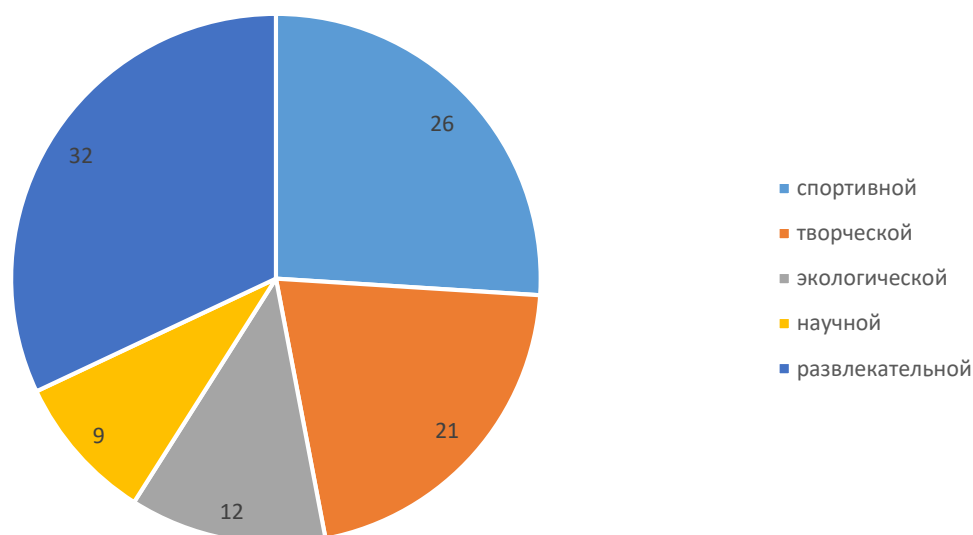
**Диаграмма 4. Если Вы не посещаете массовые молодежные мероприятия, то по какой причине?**

Следующий вопрос: «Были ли в Вашей жизни ситуации, когда Вы посещали мероприятия не по своему желанию?» необходим, чтобы понять, сколько людей посещали мероприятия недобровольно. Ведь это может стать причиной нежелания посещать мероприятия впредь. 43% опрошенных посещают мероприятия добровольно, остальные 57% посещали мероприятия под влиянием – 27% сталкивались с этим несколько раз, 16% лишь однажды и 14% сталкиваются с этим регулярно.



**Диаграмма 5. Были ли в Вашей жизни ситуации, когда Вы посещали мероприятия не по своему желанию?**

Следующий вопрос был задан, чтобы определить, в каких мероприятиях молодежи интереснее всего участвовать: «Мероприятия какой направленности Вам интересно посещать?» Результаты таковы: наибольший интерес респонденты проявили к мероприятиям развлекательным – 32%, спортивным – 26%, творческим – 21%. Менее интересными оказались мероприятия экологической – 12% и научной направленности – 9%.



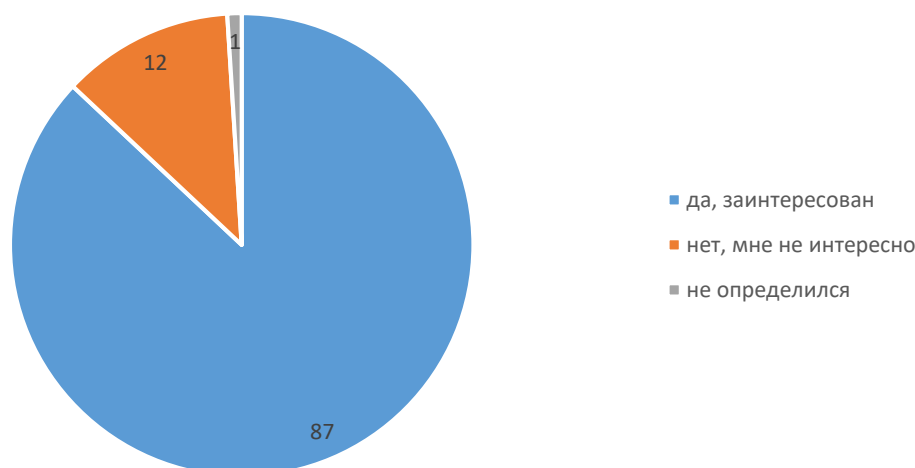
**Диаграмма 6. Мероприятия какой направленности Вам интересно посещать?**

Вопрос «Какими, на Ваш взгляд, критериями должно обладать культурное мероприятие, чтобы оно было популярным среди молодежи?» был задан с целью определить, какие меры, на взгляд молодых людей, могли бы повысить привлекательность проводимых мероприятий. 48% респондентов отметили такой критерий, как разнообразие форматов, 29% опрошенных заинтересованы в интерактивной форме проведения, еще 23% отметили необходимость использования информационных технологий, 5% выделили такой критерий, как инновационность.



**Диаграмма 7. Какими, на Ваш взгляд, критериями должно обладать культурное мероприятие, чтобы оно было популярным среди молодежи?**

Вопрос «Заинтересованы ли Вы в получении информации о мероприятиях, проводимых в городе?» необходим для определения необходимости информационного обеспечения молодежной политики. Гипотезы исследования подтвердились – 87% опрошенных подтвердили заинтересованность в получении информации о мероприятиях, лишь 12% сказали, что им это не интересно. 1% не смогли определиться.



**Диаграмма 8. Заинтересованы ли Вы в получении информации о мероприятиях, проводимых в городе?**

Вопрос «На Ваш взгляд, достаточно ли хорошо население города проинформировано о происходящих событиях? Оцените по десятибалльной шкале, где 1 – низкий уровень, 10 – высокий уровень» призван оценить степень информированности населения о мероприятиях. Исходя из полученных

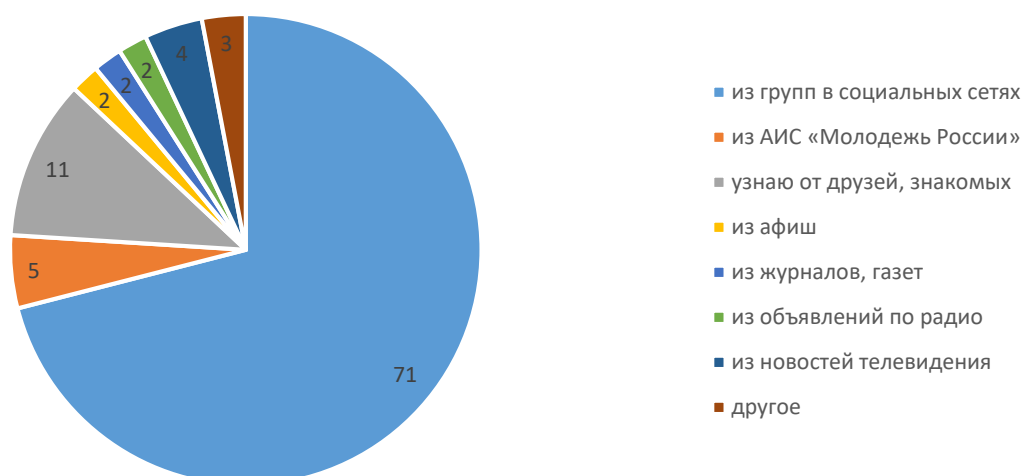
данных, больше половины опрошенных, а именно 51%, оценивают уровень информационной осведомленности населения о мероприятиях ниже среднего.

Таблица 1

**На Ваш взгляд, достаточно ли хорошо население города проинформировано о происходящих событиях?**

|    |    |
|----|----|
| 10 | –  |
| 9  | –  |
| 8  | 4  |
| 7  | 17 |
| 6  | 28 |
| 5  | 36 |
| 4  | 11 |
| 3  | 4  |
| 2  | –  |
| 1  | –  |

Также респондентам был задан вопрос «Из каких источников Вы получаете информацию о проводимых мероприятиях?» с целью выявить, какие каналы получения информации наиболее активно использует молодежь. В результате выяснилось, что большинство молодых людей получают информацию из социальных сетей, их количество составило 71%.



**Диаграмма 9. Из каких источников Вы получаете информацию о проводимых мероприятиях?**

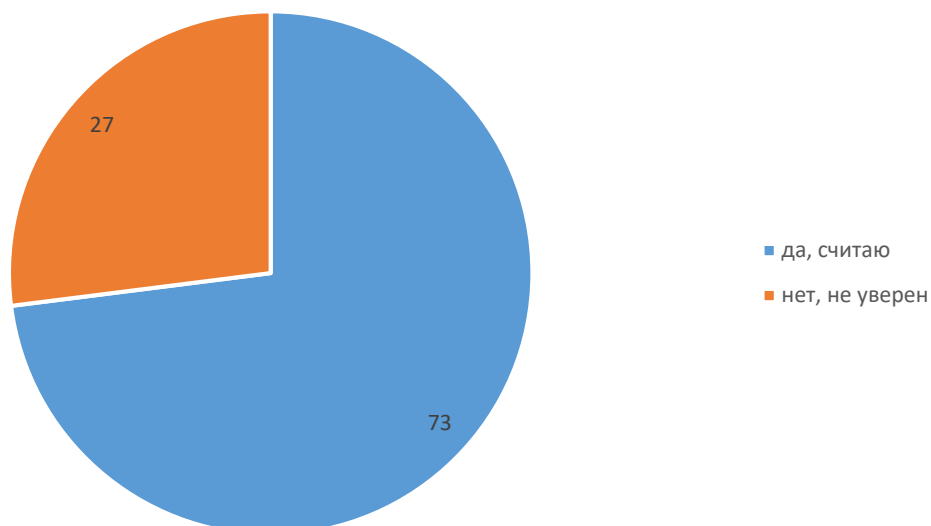
Также мы попросили оценить уровень информационного обеспечения отрасли молодежной политики по десятибалльной шкале, где 1 – низкий уровень, 10 – высокий уровень и получили следующие данные: 56% молодых людей оценили уровень информационного обеспечения молодежной политики выше среднего.

Таблица 2

**Оцените уровень информационного обеспечения отрасли молодежной политики по десятибалльной шкале**

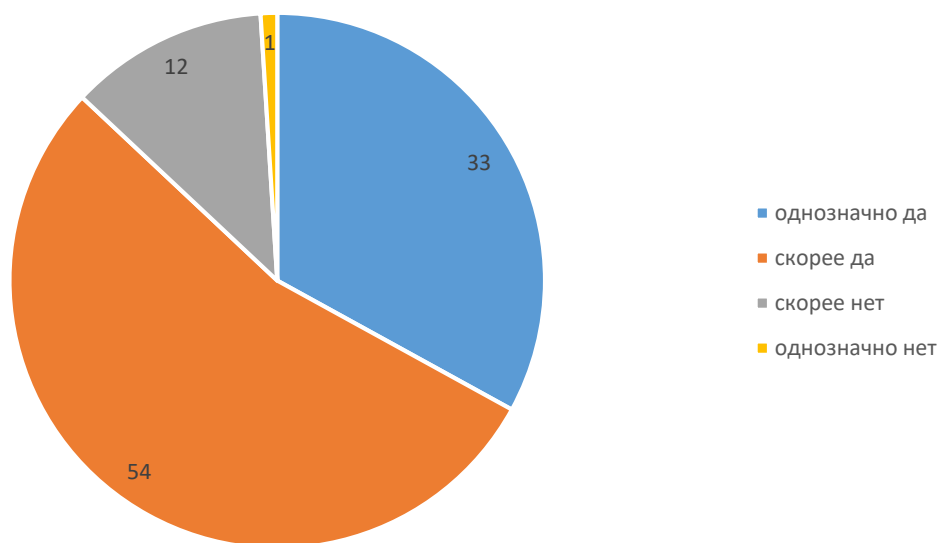
|    |    |
|----|----|
| 10 | –  |
| 9  | –  |
| 8  | 8  |
| 7  | 17 |
| 6  | 31 |
| 5  | 24 |
| 4  | 12 |
| 3  | 7  |
| 2  | 1  |
| 1  | –  |

Для того, чтобы понять, будет ли предлагаемый проект востребованным, респондентам был задан вопрос: «Считаете ли Вы, что создание информационной платформы является эффективным способом вовлечения молодежи в молодежные массовые мероприятия?» 73% молодых людей считают создание информационной платформы эффективным способом, в то время как 27% опрошенных сомневаются в его эффективности.



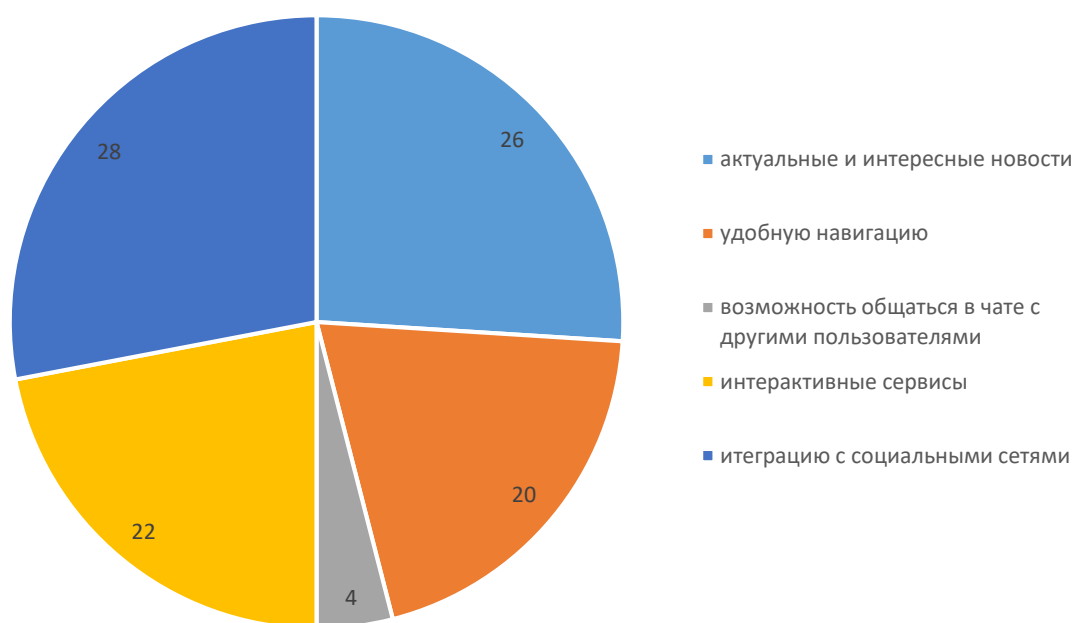
**Диаграмма 10. Считаете ли Вы, что создание информационной платформы является эффективным способом вовлечения молодежи в молодежные массовые мероприятия?**

Вопрос «Стали бы Вы пользоваться услугами информационной платформы?» был задан респондентам с целью определить востребованность получения информации посредством единого информационного ресурса. Результаты таковы: 54% опрошенных скорее стали бы пользоваться услугами, еще 33% однозначно хотели бы воспользоваться услугами информационной платформы. Лишь 12% респондентов сомневаются, что стали бы пользоваться, 1% опрошенных категорически не хотели бы. Исходя из результатов, можно сделать вывод, что создание платформы является актуальным вопросом.



**Диаграмма 11. Стали бы Вы пользоваться услугами информационной платформы?**

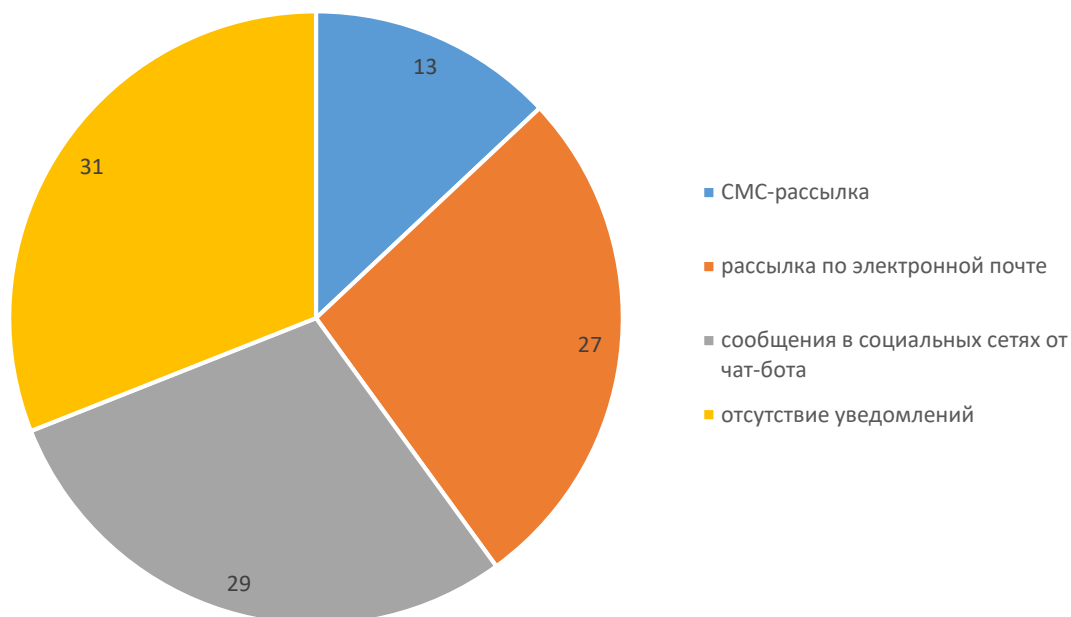
На вопрос: «Что Вы бы хотели видеть на информационном портале?» были даны следующие варианты ответа: 28% молодых людей считают важным предусмотреть возможность интеграции информационной платформы с социальными сетями, 26% молодежи отметили важность публикации актуальных и интересных новостей, 22% опрошенных хотят видеть интерактивные сервисы, 20% отметили удобную навигацию, всего 4% хотят иметь возможность общения в чате.



**Диаграмма 12. Что Вы бы хотели видеть на информационном портале?**

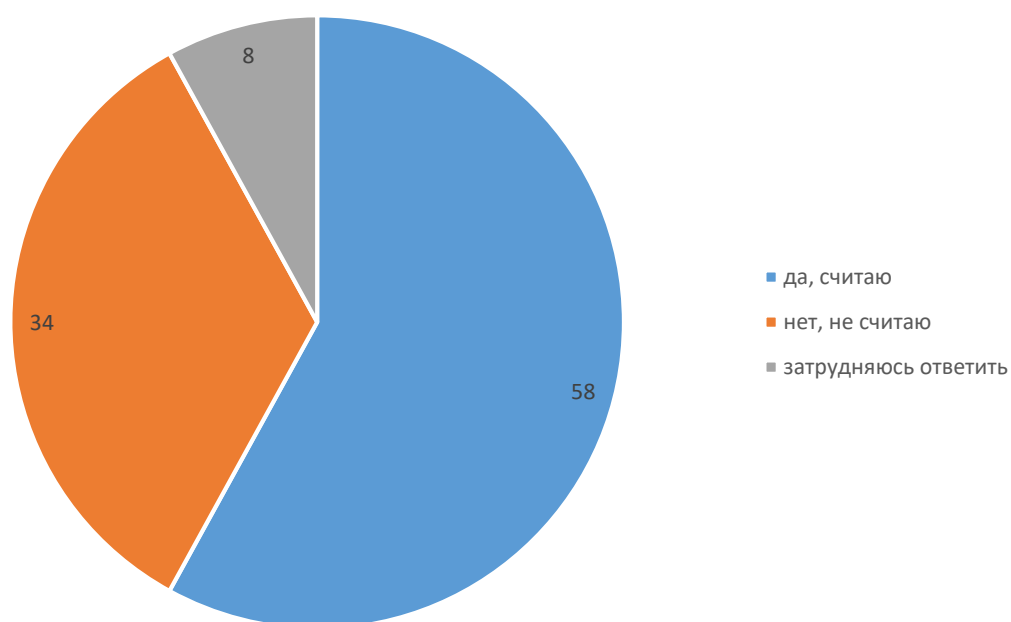
Вопрос «Какой способ оповещения о мероприятиях был бы наиболее удобен для Вас?» определяет способ информирования молодежи о проводимых мероприятиях. 31% опрошенных не хотят получать уведомления вовсе, 29% предпочитают получать информацию через сообщений от чат-бота в социальных сетях, 27% выбрали рассылку по электронной почте, а 13% рассылку по СМС.





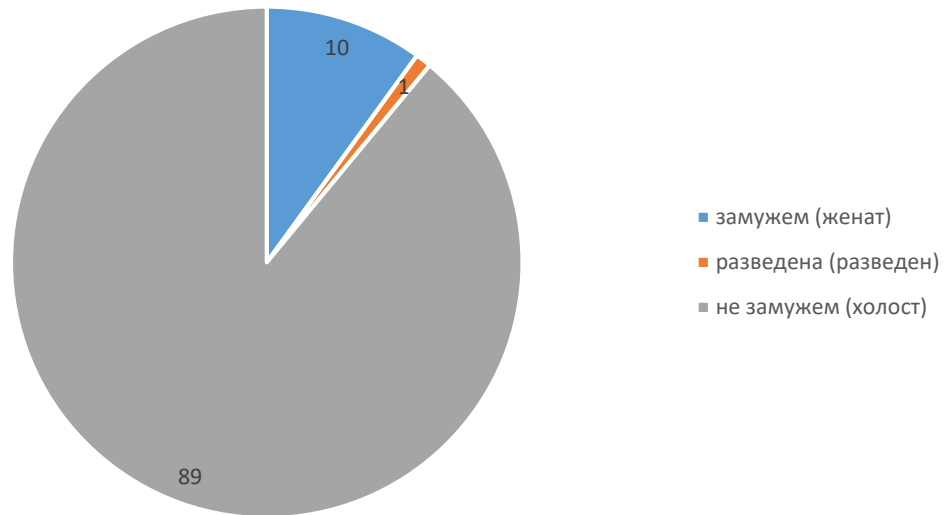
**Диаграмма 13. Какой способ оповещения о мероприятиях был бы наиболее удобен для Вас?**

Следующий вопрос включен в анкету, чтобы молодые люди оценили степень своей общественной активности в городе: «Считаете ли Вы себя социально активным горожанином?» В результате 58% молодых людей ответили утвердительно, 34% не считают себя активными, 8% затруднились ответить.



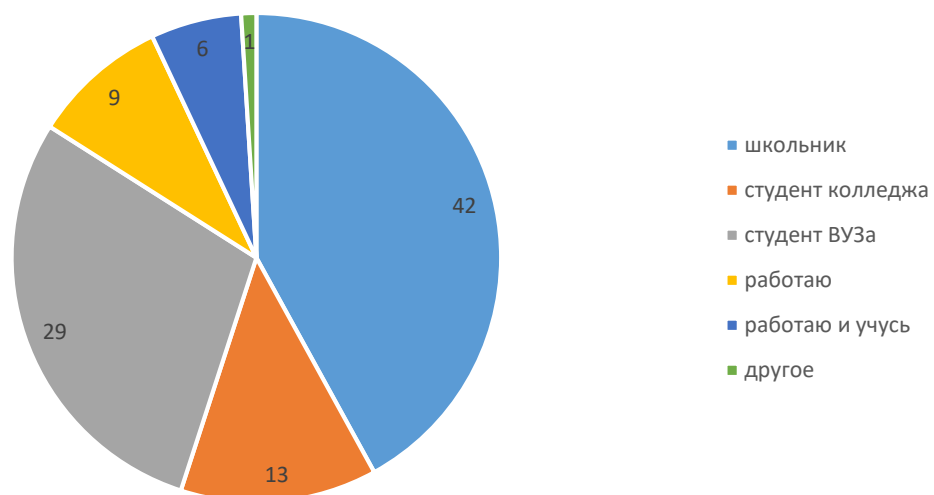
**Диаграмма 14. Считаете ли Вы себя социально активным горожанином?**

Следующий вопрос был направлен на выявление семейного положения респондентов. Среди опрошенных 89% составляют люди, не состоявшие в браке, 10% – женатые и замужние молодые люди, 1% – в разводе.



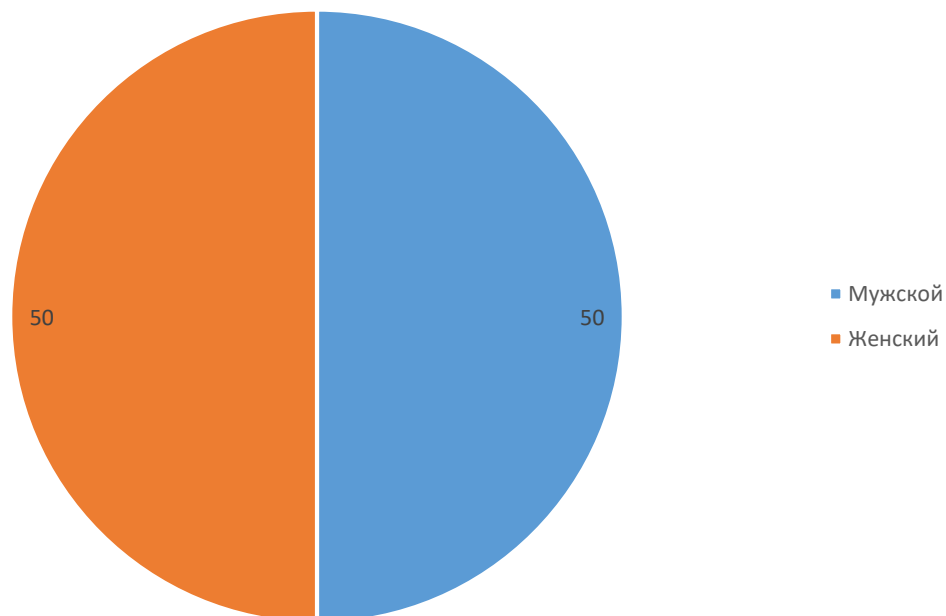
**Диаграмма 15. Укажите Ваше семейное положение**

В следующем вопросе респондентам было предложено указать свой социальный статус. 42% опрошенных являются школьниками, 29% – студентами ВУЗов, 13% – студентами колледжей, 9% – работающей молодежью, еще 6% опрошенных совмещают работу и учебу. Также был предложен ответ «Другое» с возможностью дописать свой вариант – таким образом, 1% опрошенных находится в декретном отпуске.



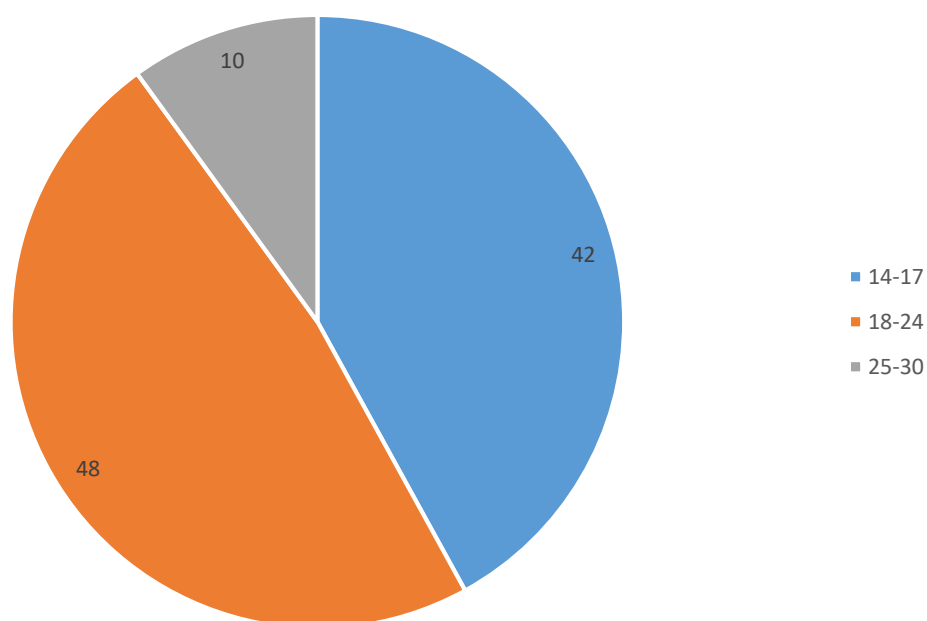
**Диаграмма 16. Укажите Ваш социальный статус**

Следующий вопрос был направлен на выявление пола респондентов. Выяснилось, что 50% опрошенных составляют мужчины и 50% составляют женщины.



**Диаграмма 17. Ваш пол**

Цель завершающего вопроса анкеты – выявить возраст респондентов. Выяснилось, что 48% составляют люди в возрасте от 18 до 24 лет, 42% опрошенных от 14 до 17 лет, 10% – от 25 до 30 лет.



**Диаграмма 18. Ваш возраст**

Таким образом, обобщая полученные в ходе проведения социологического исследования результаты, можно сделать следующие выводы:

1. Молодые люди принимают участие в городских мероприятиях, но весьма редко.

2. Большинство респондентов получают информацию о мероприятиях посредством сети Интернет, социальных сетей, а также от друзей, знакомых.

3. Основными причинами редкой посещаемости молодежных массовых мероприятий являются нехватка времени и недостаточная информационная осведомленность.

4. Большинство респондентов заинтересованы в получении информации о проводимых мероприятиях и считают создание информационной платформы эффективным способом решения проблемы.

УТВЕРЖДАЮ:  
(куратор)

\_\_\_\_\_  
(должность)  
\_\_\_\_\_  
(подпись) / \_\_\_\_\_  
(ФИО)  
М.П.  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 г.

УТВЕРЖДАЮ:  
(председатель экспертной комиссии  
по рассмотрению проектов при органе  
исполнительной власти, государственном органе  
области)

\_\_\_\_\_  
(должность)  
\_\_\_\_\_  
(подпись) / \_\_\_\_\_  
(ФИО)  
М.П.  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 г.

## Паспорт проекта «Событийный путеводитель»

\_\_\_\_\_  
(полное наименование проекта)  
Идентификационный номер \_\_\_\_\_

ПРИНЯТО К ИСПОЛНЕНИЮ:  
(руководитель проекта)

\_\_\_\_\_  
(должность)  
\_\_\_\_\_  
(подпись) / \_\_\_\_\_  
(ФИО)  
М.П.  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 г.

### Общие сведения о документе

|   |  |
|---|--|
| <b>Основание для составления документа:</b>     | Постановление Правительства Белгородской области от 31 мая 2010 года № 202-пп «Об утверждении Положения об управлении проектами в органах исполнительной власти и государственных органах Белгородской области»                                      |
| <b>Назначение документа:</b>                    | Регламентация взаимодействия между основными участниками проекта, закрепление полномочий и ответственности каждой из сторон в связи с реализацией проекта  |
| <b>Количество экземпляров и место хранения:</b> | Выпускается в 3-х экземплярах, которые хранятся у руководителя проекта, куратора проекта и председателя экспертной комиссии по рассмотрению проектов   |
| <b>Содержание:</b>                              | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Группа управления проектом</li> <li>2. Основание для открытия проекта</li> <li>3. Цель и результат проекта</li> <li>4. Ограничения проекта</li> <li>5. Критерии оценки и характеристика проекта</li> </ol> |
| <b>Изменения:</b>                               | Изменения в паспорт проекта вносятся путем оформления ведомости изменений  |

1. Группа управления проектом<sup>1</sup>

| Название и реквизиты организации  | ФИО,<br>должность, контактные данные представителя  | Наименование и реквизиты документа, подтверждающего участие представителя в проекте |
|---|---|---|
| <b>Координирующий орган:</b><br><b>«Управление молодежной политики г. Белгорода»</b>  | <b>Куратор проекта:</b><br>Денщик Алина Юрьевна<br>Телефон: 35-31-17<br>E-mail: umpbel@mail.ru                          | _____<br>_____<br>от «__» _____ 20__ г. № ____                                      |
| <b>Исполнитель:</b><br><b>Кафедра социологии и организации работы с молодежью Института общественных наук и массовых коммуникаций НИУ «БелГУ»</b> | <b>Руководитель проекта:</b><br>Кулаченко Евгения Леонидовна<br>Телефон: 8-915-578-90-49<br>E-mail: ekulachenko@list.ru | _____<br>_____<br>от «__» _____ 20__ г. № ____                                      |

<sup>1</sup> при необходимости в группу управления проектом по решению куратора проекта вводится роль представителя заказчика (в межведомственных проектах и проектах, реализуемых хозяйствующими субъектами совместно с органами исполнительной власти и государственными органами области)

## 2. Основания для открытия проекта

|   |   |
|---|---|
| <b>2.1. Направление Стратегии социально-экономического развития Белгородской области:</b>                       | 7.2. Развитие гражданского общества   |
| <b>2.2. Индикатор (показатель) реализации Стратегии социально-экономического развития Белгородской области:</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- информационная открытость государственных органов, их готовность и способность к диалогу с общественностью по широкому кругу проблем;</li> <li>- разработать и реализовать областную целевую программу "Открытая власть", предусматривающую расширение информационного пространства и обеспечение открытого диалога власти и общества через средства массовой информации и массовых коммуникаций;</li> <li>- продолжить практику активного информационного сопровождения решений правительства области, деятельности органов государственной власти и местного самоуправления, общественных организаций;</li> <li>- осуществить поддержку регионального бюро информационного агентства "Интерфакс", печатных СМИ.</li> </ul> |
| <b>2.3. Наименование государственной программы Белгородской области</b>   | Государственная программа Белгородской области «Развитие информационного общества в Белгородской области на 2014-2020 годы» (Постановление Правительства Белгородской области от 16 декабря 2013 года №518-пп)  |
| <b>2.4. Наименование подпрограммы государственной программы Белгородской области</b>                            | Подпрограмма 1 «Создание условий для развития информационного общества»   |
| <b>2.5. Сведения об инициации проекта</b>   | Инициатор (ФИО, должность и контактные данные):<br><br>Дата регистрации:<br><br>Формальное основание для открытия проекта:  |



### 3. Цель и результат проекта

|   |   |  |
|---|---|--|
| <b>3.1. Измеримая цель проекта:</b>           | Создание единой открытой информационной платформы для освещения деятельности в области молодежной политики с охватом свыше 100 000 человек к 1 марта 2020 года  |  |
| <b>3.2. Способ достижения цели:</b>           | Путем создания единого информационного ресурса, позволяющего узнавать о новых молодежных мероприятиях Белгорода   |  |
| <b>3.3. Результат проекта:</b>                | <b>Результат:</b>   | <b>Вид подтверждения:</b>  |
|   | Создана единая информационная платформа в сети Интернет   | Веб-страница в интернете   |
|   | Количество пользователей платформы к 1 марта 2020 года превышает 100 000 человек  | Статистика зарегистрированных пользователей                                  |
|   | Привлечено не менее четырех партнерских организаций, реализующих молодежную политику в Белгороде и Белгородской области   | Договор  |
| <b>3.4. Требования к результату проекта:</b>  | <b>Требование:</b>  | <b>Вид подтверждения:</b>  |
|   | Актуальность, достоверность публикуемой информации  |  |
|   | Своевременная публикация новостей   |  |
|   | Опрос среди партнеров проекта показывает увеличение численности участников молодежных мероприятий   | Отчет о результатах экспертного опроса, проведенного среди партнеров проекта |
| <b>3.5. Пользователи результатом проекта:</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Молодежь г. Белгорода;</li> <li>- Управление молодежной политики Белгородской области и г. Белгорода;</li> <li>- Молодежные лидеры г. Белгорода и Белгородской области;</li> <li>- Общественные объединения г. Белгорода.</li> </ul> |  |

#### 4. Ограничения проекта

| <b>БЮДЖЕТ ПРОЕКТА (тыс. руб.):</b>          |   |
|---|---|
| Целевое бюджетное финансирование:           |   |
| – федеральный бюджет:                       | –   |
| – областной бюджет:                         | –   |
| – местный бюджет:                           | –   |
| Внебюджетные источники финансирования:      | –   |
| – средства хозяйствующего субъекта:         | –   |
| – заемные средства:                         | –   |
| – прочие (указать): Грантовая поддержка     | 162 682 (сто шестьдесят две тысячи шестьсот восемьдесят два рубля)        |
| <b>Общий бюджет проекта:</b>                | <b>162 682 (сто шестьдесят две тысячи шестьсот восемьдесят два рубля)</b> |
| <b>СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА (чч.мм.гг.)</b> |   |
| Дата начала проекта (план):                 | <b>02.09.2019</b>   |
| Дата завершения проекта (план):             | <b>02.03.2020</b>   |

## 5. Критерии оценки и характеристика проекта

| <b>КРИТЕРИИ УСПЕШНОСТИ ПРОЕКТА</b>                    |  |
|---|--|
| <b>Наименование критерия</b>                          | <b>Показатель</b>  |
| Отклонение по бюджету (п.4)                           | Превышение на не более 692 руб. (5%) относительно базового бюджета проекта соответствует <b>15%</b> успешности проекта         |
| Отклонение по срокам (п. 4):                          | Превышение на не более 10 дней относительно установленного срока окончания проекта соответствует <b>15%</b> успешности проекта |
| Достижение результата проекта (п. 3.3.):              | Наличие результата проекта соответствует <b>55%</b> успешности проекта   |
| Соблюдение требований к результату проекта (п. 3.4.): | Выполнение всех требований к результату проекта соответствует <b>15%</b> успешности проекта                                    |
| <b>ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЕКТА</b>                         |  |
| Территория реализации проекта                         | <b>г. Белгород</b>   |
| Уровень сложности проекта                             | <b>начальный</b>   |
| Тип проекта   | <b>организационный</b>   |

УТВЕРЖДАЮ:

(куратор)

\_\_\_\_\_  
(должность)\_\_\_\_\_  
(подпись)

/ \_\_\_\_\_/

(ФИО)

М.П.

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 г.

УТВЕРЖДАЮ:

(председатель экспертной комиссии  
по рассмотрению проектов при органе  
исполнительной власти, государственном органе  
области)\_\_\_\_\_  
(должность)\_\_\_\_\_  
(подпись)

/ \_\_\_\_\_/

(ФИО)

М.П.

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 г.

## План управления проектом «Событийный путеводитель»

\_\_\_\_\_  
(полное наименование проекта)

Идентификационный номер \_\_\_\_\_

ПОДГОТОВИЛ:  
(руководитель проекта)\_\_\_\_\_  
(должность)\_\_\_\_\_  
(подпись)

/ \_\_\_\_\_/

(ФИО)

М.П.

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 г.

### Общие сведения о документе

|   |   |
|---|---|
| <b>Основание для составления документа:</b>     | Постановление Правительства Белгородской области от 31 мая 2010 года № 202-пп «Об утверждении Положения об управлении проектами в органах исполнительной власти и государственных органах Белгородской области»   |
| <b>Назначение документа:</b>                    | Детализация паспорта проекта и инициация блока работ по планированию проекта, с точки зрения человеческих, финансовых и временных ресурсов  |
| <b>Количество экземпляров и место хранения:</b> | Выпускается в 3-х экземплярах, которые хранятся у руководителя проекта, куратора проекта и председателя экспертной комиссии по рассмотрению проектов  |
| <b>Содержание:</b>                              | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Календарный план-график работ по проекту</li> <li>2. Бюджет проекта</li> <li>3. Участие области в реализации проекта</li> <li>4. Риски проекта</li> <li>5. Команда проекта</li> <li>6. Планирование коммуникаций</li> </ol> |
| <b>Изменения:</b>                               | Изменения в плане управления проекта выполняются путем оформления ведомости изменений   |

## 1. Календарный план-график работ по проекту

| Код задачи        | Название задачи  | Длительность, дни | Дата начала работ | Дата окончания работ (контрольная точка) | Документ, подтверждающий выполнение работы | ФИО ответственного исполнителя                               |
|-------------------|--|-------------------|-------------------|--|--|--|
| 1.                | Разработка технического задания  | 1 дн.             | 02.09.2019        | 03.09.2019                               |  | Чеканов Д.А.   |
| 2.                | Создание дизайн-макета   | 14 дн.            | 03.09.2019        | 17.09.2019                               |  | Жданова А.А.   |
| 3.                | Разработка наполнения сайта  | 20 дн.            | 03.09.2019        | 23.09.2019                               |  | Кулаченко Е.Л.   |
| 4.                | Работа с партнерами  | 20 дн.            | 03.09.2019        | 23.09.2019                               |  | Сим Е.А.   |
| 5.                | Верстка, программирование и внедрение в CMS  | 10 дн.            | 17.09.2019        | 27.09.2019                               |  | Чеканов Д.А.   |
| 6.                | Аренда доменного имени   | 1 дн.             | 17.09.2019        | 18.09.2019                               |  | Чеканов Д.А.   |
| 7.                | Перенос проекта сайта на хостинг   | 3 дн.             | 27.09.2019        | 30.09.2019                               |  | Чеканов Д.А.   |
| 8.                | Тестирование сайта   | 14 дн.            | 30.09.2019        | 14.10.2019                               |  | Кулаченко Е.Л.,<br>Сим Е.А.,<br>Жданова А.А.,<br>Сухова Н.Ю. |
| 9.                | Внесение правок  | 3 дн.             | 14.10.2019        | 17.10.2019                               |  | Чеканов Д.А.   |
| 10.               | Запуск сайта   | 1 дн.             | 17.10.2019        | 18.10.2019                               |  | Чеканов Д.А.   |
| 11.               | Продвижение сайта  | 137 дн.           | 17.10.2019        | 02.03.2020                               |  | Сухова Н.Ю.  |
| 12.               | Обслуживание сайта   | 137 дн.           | 17.10.2019        | 02.03.2020                               |  | Чеканов Д.А.   |
| 13.               | Наполнение контентом   | 137 дн.           | 17.10.2019        | 02.03.2020                               |  | Кулаченко Е.Л.   |
| 14.               | Опрос партнеров о влиянии проекта на численность участников молодежных мероприятий | 5 дн.             | 22.02.2020        | 27.02.2020                               |  | Сим Е.А.   |
| 15.               | Обработка результатов опроса   | 2 дн.             | 27.02.2020        | 29.02.2020                               |  | Сим Е.А.   |
| 16.               | Принятие решения о продлении либо завершении проекта                               | 2 дн.             | 29.02.2020        | 02.03.2020                               |  | Кулаченко Е.Л.,<br>куратор проекта                           |
| <b>И т о г о:</b> |  | 182 дн.           | 02.09.2019        | 02.03.2020                               |  |  |

## 2. Бюджет проекта

| Код задачи    | Название задачи          | Сумма, руб.    | Бюджетные источники финансирования |                               |                             | Внебюджетные источники финансирования |                               |                     |
|---------------|--------------------------|----------------|------------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|---------------------------------------|-------------------------------|---------------------|
|               |                          |                | федеральный бюджет <sup>1</sup>    | областной бюджет <sup>1</sup> | местный бюджет <sup>1</sup> | средства хозяйствующего субъекта      | заемные средства <sup>2</sup> | прочие <sup>3</sup> |
| 1.            | Аренда домена и хостинга | 2 682          | -                                  | -                             | -                           | -                                     | -                             | Грантовая поддержка |
| 2.            | Обслуживание сайта       | 160 000        | -                                  | -                             | -                           | -                                     | -                             | Грантовая поддержка |
| <b>Итого:</b> |                          | <b>162 682</b> | -                                  | -                             | -                           | -                                     | -                             | Грантовая поддержка |

<sup>1</sup>необходимо указать основание выделения указываемых денежных средств

<sup>2</sup>следует указать источник заемных средств

<sup>3</sup>необходимо указать источник финансирования

## 3. Участие области в реализации проекта

| Форма участия                           |                                | Размер участия бюджета, тыс. руб. |           |         |
|---|--------------------------------|-----------------------------------|-----------|---------|
|   |                                | Федеральный                       | Областной | Местный |
| Прямое бюджетное финансирование         |                                | 0                                 | 0         | 0       |
| <b>Инфраструктура:</b>                  |                                |                                   |           |         |
| Дороги <sup>4</sup>                     | Указать плановую протяженность | 0                                 | 0         | 0       |
| Электроэнергия <sup>4</sup>             | Указать требуемую мощность     | 0                                 | 0         | 0       |
| Газоснабжение <sup>4</sup>              | Указать требуемый объем        | 0                                 | 0         | 0       |
| Водоснабжение <sup>4</sup>              | Указать требуемый объем        | 0                                 | 0         | 0       |
| <b>Субсидии<sup>4</sup></b>             |                                | 0                                 | 0         | 0       |
| <b>Обеспечение</b>                      |                                | 0                                 | 0         | 0       |
| Гарантии <sup>4</sup>                   |                                | 0                                 | 0         | 0       |
| Залоги <sup>4</sup>                     |                                | 0                                 | 0         | 0       |
| <b>Прочие формы участия<sup>4</sup></b> |                                | 0                                 | 0         | 0       |
| <b>ИТОГО:</b>                           |                                | 0                                 | 0         | 0       |
| <b>Земельный участок: -</b>             |                                |                                   |           |         |

<sup>4</sup>необходимо указать основание выделения денежных средств



#### 4. Риски проекта

| №<br>п/п | Наименование риска<br>проекта                           | Ожидаемые последствия<br>наступления риска                    | Предупреждение наступления риска   |                                      | Действия в случае<br>наступления риска   |
|----------|---|---|--|--------------------------------------|--|
|          |   |   | Мероприятия<br>по предупреждению   | ФИО<br>ответственного<br>исполнителя |  |
| 1.       | Увеличение стоимости<br>аренды хостинга и/или<br>домена | Невозможность аренды хостинга<br>на период проведения проекта | Поиск альтернатив<br>финансирования, поиск<br>потенциальных<br>спонсоров | Кулаченко Е.Л.                       | Аренда хостинга на<br>более короткий период,<br>поиск дополнительного<br>финансирования                  |
| 2.       | Поломка технического<br>оборудования                    | Возникновение необходимости<br>поиска нового оборудования     | Заблаговременная<br>проверка исправности<br>оборудования                 | Чеканов Д.А.                         | Поиск нового<br>оборудования, сдвиг<br>сроков проекта из-за<br>починки                                   |
| 3.       | Низкая мотивация<br>пользователей проекта               | Недостаточное количество<br>участников                        | Задействование<br>административного<br>ресурса                           | Кулаченко Е.Л.                       | Проведение<br>дополнительной<br>рекламы –<br>задействование<br>популярных пабликов в<br>социальных сетях |
| 4.       | Недостаточное<br>финансирование проекта                 | Невысокая оплата работ по<br>разработке обслуживанию сайта    | Поиск альтернатив<br>финансирования, поиск<br>потенциальных<br>спонсоров | Кулаченко Е.Л.                       | Корректировка бюджета<br>(сокращение бюджета)  |

## 5. Команда проекта

| <b>№ п/п</b> | <b>ФИО, должность и основное место работы</b>            | <b>Ранг в области проектного управления</b> | <b>Роль в проекте/выполняемые в проекте работы</b> | <b>Основание участия в проекте</b> |
|--------------|--|---|--|------------------------------------|
| 1.           | Руководитель управления молодежной политики г. Белгорода | Базовый уровень                             | Куратор проекта                                    | Распоряжение                       |
| 2.           | Кулаченко Евгения Леонидовна, студент                    | Базовый уровень                             | Руководитель проекта                               | Распоряжение                       |
| 3.           | Сим Евгения Артуровна, студент                           | Базовый уровень                             | Администратор проекта                              | Распоряжение                       |
| 4.           | Сухова Наталья Юрьевна, студент                          | Базовый уровень                             | Ответственный за PR кампанию                       | Распоряжение                       |
| 5.           | Чеканов Дмитрий Александрович, программист               | Базовый уровень                             | Ответственный за разработку ресурса                | Распоряжение                       |
| 6.           | Жданова Анастасия Александровна, студент                 | Базовый уровень                             | Ответственный за разработку дизайна                | Распоряжение                       |

## 6. Планирование коммуникаций

| № п/п | Какая информация передается  | Кто передает информацию                                  | Кому передается информация                  | Когда передает информацию                             | Как передается информация           |
|-------|--|--|---|---|-------------------------------------|
| 1.    | Статус проекта   | Руководитель проекта                                     | Представителю заказчика, куратору           | Еженедельно (понедельник)                             | Электронная почта                   |
| 2.    | Обмен информацией о текущем состоянии проекта                          | Администратор проекта                                    | Участникам проекта                          | Еженедельно (пятница)                                 | Телефонная связь, электронная почта |
| 3.    | Документы и информация по проекту                                      | Ответственный по направлению                             | Администратору проекта и адресаты           | Не позже сроков плана-графика                         | Электронная почта                   |
| 4.    | О выполнении контрольной точки   | Администратор проекта                                    | Руководителю проекта, оператору мониторинга | Не позже дня контрольного события по плану управления | Электронная почта                   |
| 5.    | Отчет о выполнении блока работ   | Администратор проекта                                    | Группе управления, оператору мониторинга    | Согласно сроков плана управления                      | Письменный отчет, электронная почта |
| 6.    | Ведомость изменений  | Администратор проекта                                    | Группе управления, оператору мониторинга    | По поручению руководителя проекта                     | Письменный отчет, электронная почта |
| 7.    | Мониторинг реализации проекта  | Руководитель проекта                                     | В проектный офис                            | В день поступления информации                         | Совещание                           |
| 8.    | Информация о наступивших или возможных рисках и отклонениях по проекту | Администратор проекта, ответственное лицо по направлению | Руководителю проекта                        | В день поступления информации                         | Телефонная связь                    |
| 9.    | Информация о наступивших рисках и осложнениях по проекту               | Руководитель проекта                                     | Куратору                                    | В день поступления информации (незамедлительно)       | Телефонная связь, электронная почта |
| 10.   | Информация о неустранимом отклонении по проекту                        | Руководитель проекта                                     | Представителю заказчика, куратору           | В день поступления информации                         | Совещание                           |
| 11.   | Обмен опытом, текущие вопросы  | Руководитель проекта                                     | Рабочая группа и приглашенные               | Не реже 1 раз в квартал                               | Совещание                           |
| 12.   | Приглашения на совещания   | Администратор проекта                                    | Участники совещания                         | В день поступления информации                         | Телефонная связь, электронная почта |

|     |  |                       |                                   |   |                                     |
|-----|--|-----------------------|-----------------------------------|---|-------------------------------------|
| 13. | Передача поручений, протоколов, документов | Администратор проекта | Адресаты                          | В день поступления информации (незамедлительно) | Телефонная связь, электронная почта |
| 14. | Подведение итогов                          | Руководитель проекта  | Представителю заказчика, куратору | По окончании проекта                            | Совещание                           |

Рассмотрев предлагаемый проект в качестве метода информационного обеспечения молодежной политики, следует сделать следующие выводы:

1. Реализация проекта способствует решению такой проблемы как повышение уровня осведомленности о молодежных мероприятиях, проводимых на территории Белгорода. Кроме того, проект способствует повышению интереса к различным молодежным событиям.

2. Взаимодействие с участниками проходит посредством единой открытой информационной платформы.

### **ГЛАВА III. ОПИСАНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ ПРОЕКТА «СОБЫТИЙНЫЙ ПУТЕВОДИТЕЛЬ» И ОБОСНОВАНИЕ ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ**

#### **3.1. Показатели реализации проекта «Событийный путеводитель» и его социально-экономической эффективности**

Для понимания успешности реализации проекта «Событийный путеводитель», следует ориентироваться на ряд показателей. Прежде всего, стоит отметить, что данный проект может быть ориентирован на молодых людей разного возраста и разного социального статуса. Это может быть как работающая молодежь, так и учащаяся – школьники, студенты колледжей и ВУЗов.

Длительность проекта составляет 182 дня, бюджет проекта – 162 682 рубля. Предполагается, что источником финансирования выступит грантовая поддержка.

Мероприятия проекта нацелены на формирование информационного ресурса, способствующего повышению числа участников молодежных мероприятий, оживлению социальной жизни города.

Качественные показатели проекта:

- опрос среди партнеров проекта показывает увеличение численности участников молодежных мероприятий;
- актуальность, достоверность публикуемой информации;
- своевременная публикация новостей.

К количественным результатам проекта можно отнести:

- привлечено не менее четырех партнерских организаций, реализующих молодежную политику в Белгороде и Белгородской области;
- количество пользователей платформы к 1 марта 2020 года превышает 100 000 человек.

Стоит отметить, что предлагаемый проект призван способствовать повышению социальной активности молодежи.

### 3.2. Описание мероприятий проекта «Событийный путеводитель»

Разработка проекта начинается с подготовительного этапа. На данном этапе необходимо найти команду проекта, закрепить обязанности за каждым членом команды, исходя из поставленных задач. На первом этапе выполняется ряд работ, необходимых для обеспечения нормального функционирования проекта:

- подготовка необходимой документации, которая представляет собой разработанные положения, докладные записки, являющиеся основанием для открытия проекта;
- разработка технического задания, результат выполненной работы будет отражен в рабочем графике с указанием мероприятий и даты их проведения, а также определены зоны ответственности каждого члена команды проекта;
- создание дизайн-макета – при разработке важно учитывать такой фактор, как адаптивность, то есть дизайн должен подстраиваться и под мобильные устройства, чтобы просматривать сайт было удобно;
- разработка контент-плана, наполнения сайта;
- взаимодействие с партнерами проекта;
- верстка, программирование и внедрение CMS;
- аренда доменного имени;
- перенос проекта сайта на хостинг;
- тестирование сайта командой проекта на различных электронных устройствах, определение недостатков;
- внесение правок.

На основном этапе проекта происходит запуск сайта, его продвижение и обслуживание; ежедневное наполнение контентом.

На заключительном этапе проекта проводятся:

- опрос партнеров о влиянии проекта на численность участников молодежных мероприятий – на данном этапе необходимо правильно оформить анкету обратной связи, чтобы оценить уровень удовлетворенности проектом;
- обработка результатов опроса – включает в себя анализ полученных в ходе проведения опроса данных, подготовку отчета;
- принятие решения о продлении либо завершении проекта – на данном этапе анализируется востребованность проекта, сопоставление затрат на его реализацию с полученным результатом, целесообразность его дальнейшего проведения.

### **3.3. Условия коммерциализации проекта «Событийный путеводитель»**

Поскольку успешность и востребованность любого проекта зависит не только от организационной проработанности, ресурсной обеспеченности, но и от того, каким коммерческим потенциалом он обладает, мы предполагаем условия коммерциализации нашего проекта.

Под коммерциализацией проекта предполагается превращение конкретной идеи в продукт, приносящий прибыль. Для реализации проекта «Событийный путеводитель» необходимо финансирование в размере 162 682 рублей. На данный момент затраты на реализацию проекта состоят из средств грантовой поддержки.

Коммерциализация проекта возможна при наборе большой аудитории. В этом случае можно рассматривать вариант размещения новостных объявлений за оплату. Также возможен вариант, когда команда проекта, выступая в роли посредника, налаживает сотрудничество между организаторами массовых молодежных мероприятий, которыми, чаще всего, являются общественные организации, органы, реализующими молодежную политику, и предприятиями, которые могли бы стать спонсорами и хотели инвестировать в конкретные события.

Еще одним вариантом развития проекта является увеличение числа партнеров проекта, сотрудничество с существующими на федеральном уровне



системами, такими как автоматизированная информационная система «Молодежь России» и единая информационная система «Добровольцы России», налаживание деловых контактов с предприятиями Белгорода, которые могли бы быть заинтересованы в привлечении молодежной аудитории. Можно договориться о предоставлении партнерами продуктов или услуг, которые можно было бы использовать в качестве призов. Это стало бы дополнительным стимулом для молодых людей.

При востребованности проекта также можно проработать балльно-рейтинговую систему среди пользователей ресурса.

Особое внимание при реализации проекта следует уделять масштабированию. Если предлагаемый проект будет востребован среди пользователей: белгородской молодежи, органов по делам молодежи, молодежных лидеров Белгорода, белгородских общественных объединений, то тогда можно рассмотреть возможность расширения проекта и реализовывать его на региональном уровне.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе написания выпускной квалификационной работы были выявлены и проанализированы особенности освещения средствами массовой информации государственной молодежной политики, рассмотрены особенности формирования и развития информационной инфраструктуры в области муниципальной молодежной политики, проанализированы статистические материалы и результаты социологических исследований по теме. На данный момент в Белгороде и Белгородской области уровень информационного обеспечения весьма невысок, однако Правительство Белгородской области способствует решению проблемы, издавая нормативно-правовые акты в области информационной политики.

Помимо этого, было проведено авторское научное исследование, посвященное проблематике информационного освещения деятельности органов государственной власти и общественных объединений в молодежной среде. Результаты исследования обладают практической значимостью, заключающейся в систематизации подходов к анализу освещения государственной молодежной политики в г. Белгороде. В качестве методики исследования было выбрано анкетирование. Анкетный опрос проводился среди 100 молодых людей, проживающих в Белгороде, в возрасте от 14 до 30 лет.

Также был предложен проект, способствующий укреплению взаимодействия между органами власти и общественными объединениями, реализующими молодежную политику в г. Белгороде, и белгородской молодежью. Были прописаны паспорт и план управления проектом.

В ходе изучения проблемы развития информационной инфраструктуры реализации муниципальной молодежной политики, был сделан следующий вывод: важнейшей проблемой большей части региональных и муниципальных органов по делам молодежи стало их «автономное» существование, практически не связанное с повседневной жизнедеятельностью молодежи

региона. Как следствие, возникает парадоксальная ситуация, когда система региональной молодежной политики реализует огромное количество разнообразных проектов и программ для молодежи, при этом большая часть молодых людей региона не имеют представления о происходящем.

Именно поэтому развитие региона невозможно без развития инфраструктуры, в том числе и информационной. Все большее число организаций и частных лиц используют в своей профессиональной деятельности Интернет-коммуникации. Интернет позволяет любому руководителю отдела по делам молодежи стать участником конференций по молодежным проблемам и оперативно получать информацию о них, а молодым людям это позволяет ощущать себя частью современного мира, осознавать свою сопричастность к происходящим изменениям общества. Также становятся более доступными для чтения электронные издания источников научной информации, электронные копии научных журналов по молодежной проблематике. Основные преимущества подобной организации труда очевидны: удобство коммуникации, независимость всех участников взаимодействия от их территориального размещения и т.д. Внедрение информационных систем ускоряет переход от традиционных иерархических систем к сетевым, тем самым обеспечивая возрастание эффективности работы.

Эффективность информационной политики определяется уровнем информированности населения о деятельности органа власти и уровнем удовлетворенности граждан информационными услугами (качество услуг, способа и времени их предоставления).

Исходя из всего вышесказанного, можно утверждать, что роль средств массовой информации в процессе реализации государственной молодежной политики значительно возросла и в современных условиях стала необходимостью. Следует совершенствовать информационную инфраструктуру, обеспечивающую Совершенствование информационной деятельности, повышение эффективности работы органов власти,

реализующих молодежную политику, а также формирование с помощью средств массовой информации и образовательных технологий толерантного сознания у молодых людей будет способствовать усилению влияния интеграционных процессов в сфере молодежной политики, укреплению созидательной активности молодых граждан.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федеральный закон «Об общественных объединениях» от 19.05.1995 №82-ФЗ (ред. от 20.12.2017). – Ст. 5. [Электронный ресурс] // Режим доступа к изд.: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_6693/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6693/)
2. Федеральный закон Российской Федерации «Об информации, информатизации и защите информации» от 20 февраля 1995 г. № 24-ФЗ. [Электронный ресурс] // Режим доступа к изд.: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_61798/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/)
3. Федеральный закон «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации» от 13 января 1995 г. № 7-ФЗ [Электронный ресурс] // Режим доступа к изд.: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5410/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5410/)
4. Федеральный закон Российской Федерации «Об основах государственной службы Российской Федерации» от 31 июля 1995 г. № 119-ФЗ. [Электронный ресурс] // Режим доступа к изд.: <http://pravo.gov.ru/ipsdata/?docbody=&prevDoc=201024437&backlink=1&nd=201125051&collectiondoc&collection=1>
5. Федеральный закон Российской Федерации «О связи» от 7 июля 2003 г. № 126-ФЗ. [Электронный ресурс] // Режим доступа к изд.: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_43224/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_43224/)
6. Федеральный закон Российской Федерации «О системе государственной службы Российской Федерации» от 27 мая 2003 г. № 58-ФЗ. [Электронный ресурс] // Режим доступа к изд.: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_42413/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_42413/)
7. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации от 9 сентября 2000 г. № ПР-1895. [Электронный ресурс] // Режим доступа к изд.: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_208191/4dbff9722e14f63a309bce4c2ad3d12cc2e85f10/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_208191/4dbff9722e14f63a309bce4c2ad3d12cc2e85f10/)

8. Федеральный закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 (ред. от 06.06.2019). – Ст. 2 [Электронный ресурс] // Режим доступа к изд.: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_1511/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/)

9. Указ Президента Российской Федерации № 611 от 12 мая 2004 г. (ред. от 22 мая 2015 г.) «О мерах по обеспечению информационной безопасности Российской Федерации в сфере международного информационного обмена» [Электронный ресурс] // Режим доступа к изд.: <http://base.garant.ru/192944/>

10. Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года : Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 ноября 2014 г. № 2403-р [Электронный ресурс] // Режим доступа к изд.: <http://docs.cntd.ru/document/420237592> – Систем.требования: IBMPC, InternetExplorer.

11. Приказ Федерального агентства по делам молодежи № 167 от 13 мая 2016 г. «Об утверждении Методических рекомендаций по организации работы органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации и местного самоуправления, реализующих государственную молодежную политику» [Электронный ресурс] // Режим доступа к изд.: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_199425/2ff7a8c72de3994f30496a0ccbb1ddafdadff518/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_199425/2ff7a8c72de3994f30496a0ccbb1ddafdadff518/)

12. Об утверждении Положения об управлении проектами в органах исполнительной власти и государственных органах Белгородской области : Постановление Правительства Белгородской области от 31 мая 2010 г. № 202-пп [Электронный ресурс] // Режим доступа к изд.: <http://docs.cntd.ru/document/424006891> – Систем.требования: IBMPC, InternetExplorer.

13. Об утверждении муниципальной программы «Развитие солидарного общества и информационного пространства городского округа «Город Белгород» : Постановление Администрации города Белгорода от 14

февраля 2017 г. № 31 [Электронный ресурс] // Режим доступа к изд.: <http://docs.cntd.ru/document/446233670> – Систем. требования: IBMPC, InternetExplorer.

14. Атаманчук, Г. В. Управление социальная ценность и эффективность [Текст] / Г. В. Атаманчук. – М.: Издательство РАГС, 1995. – 145 с.

15. Атаманчук, Г. В. Государственное управление: организационно-функциональные вопросы [Текст] / Г. В. Атаманчук. – М., 2000.

16. Атаманчук, Г. В. Сущность государственной службы: история, теория, закон, практика [Текст] / Г. В. Атаманчук. – М., 2002.

17. Афанасьев, Э. В. Эффективность информационного обеспечения управления [Текст] / Э. В. Афанасьев, В. Н. Ярошенко. – М.: Экономика, 1987. – 109 с.

18. Багриновский, К. А. Новые информационные технологии [Текст] / К. А. Багриновский, Е. Ю. Хрусталева. – М.: ЭКО, 1996. – 229 с.

19. Баззел, Р. Д. Информация и риск в маркетинге [Текст] / Р. Д. Баззел, Д. Ф. Кокс, Р. Браун – Пер. с фр. – М.: Финстатинформ, 1993. – 96 с.

20. Бачило И. Л. Глобальная информатизация и право [Электронный ресурс] / И. Л. Бачило // Режим доступа к изд.: <http://www.fact.ru/num05/batchilo.html>.

21. Бачило И. Л. Правовое регулирование процессов информатизации [Текст] // И. Л. Бачило – Государство и право, 1994. – № 12.

22. Белл Д. Социальные рамки информационного общества [Текст] / Д. Белл – Новая технологическая волна на Западе. – М.: Прогресс, 1986. – С. 330-342.

23. Беспаленко П. Н. Проектирование государственной молодежной политики в практике муниципального управления [Текст] : автореф. дис. . канд. социол. наук. / П. Н. Беспаленко – Белгород, 2001. – 20 с.

24. Василенко, А. В. Государственная молодежная политика в Белгородской области [Текст] / А. В. Василенко // Экономика и социум. – 2015. – № 6. – С. 379-381.
25. Волков Е. А. Информатизация управления [Текст] / Е. А. Волков – М.: Финансы и статистика, 1990.
26. Глазунов И. В. Региональные особенности институционализации государственной молодежной политики в современной России [Текст] : автореф. дис. ... канд. социол. наук. / И. В. Глазунов – М., 2007. – 21 с.
27. Глухова М. Ф. Инфраструктура региональной молодежной политики: основные признаки и типологии [Текст] / М. Ф. Глухова // Регионология – 2011. – № 2.
28. Глухова М. Ф. Инфраструктура молодежной политики: управление организационно-функциональным обеспечением [Текст] / М. Ф. Глухова – Нижний Новгород, 2012.
29. Годин В. В., Управление информационными ресурсами [Текст] / В. В. Годин, И. К. Корнеев – М.: Инфра-М, 2000. – 352 с.
30. Горбунов А. А. Нормативно-правовые основы информационного обеспечения государственной службы [Текст] / А. А. Горбунов // Новая правовая мысль. – 2004. – № 2. – С. 28-32.
31. Горбунов А. А. Информационное обеспечение как условие повышения эффективности деятельности органов государственного управления [Электронный ресурс] / А. А. Горбунов // Режим доступа к изд. : <https://www.dissercat.com/content/informatsionnoe-obespechenie-kak-usloviyepovysheniya-effektivnosti-deyatelnosti-organov-gosu>.
32. Гришина, Е. С. Проблемы реализации региональной молодежной политики [Текст] / Е. С. Гришина // Экономика и социум. – 2016. – № 2. – С. 266-269.
33. Дудинская Э. Управленческие информационные системы [Текст] / Э. Дудинская, М. Мизла // Проблемы теории и практики управления. – 1996. – № 2.



34. Еляков А. Д. Современная информационная революция [Текст] / А. Д. Еляков // СОЦИС. – 2003. – №10.
35. Еляков А. Д. Информатизация общества (философско-экономический анализ внедрения информационных технологий) [Текст] / А. Д. Еляков. – Самара, 1999. – 191 с.
36. Еляков А. Д. Современное информационное общество [Текст] / А. Д. Еляков // Высшее образование в России. – 2001. – № 4.
37. Зингер И. С. Информационное обеспечение в организационных системах управления [Текст] / И. С. Зингер. – М.: Наука, 1987. – С. 70.
38. Зубок И. Г. Информационная теория оперативного управления опытным производством [Текст] / И. Г. Зубок. – Новосибирск: Наука, 1985. – 293 с.
39. Иванов П. Ф. Информационно-аналитическое обеспечение региональных органов власти и управления [Текст] / П. Ф. Иванов, С.И. Малышев // Научно-техническая информация. Организация и методика информационной работы. – 2002. – № 7. – С. 1-9.
40. Ильина О. П. Служба информационного обеспечения [Текст] / О. П. Ильина, И. А. Смирнов, А. Б. Юровский. – М., 1989.
41. Касьянов В. В. Государственная молодежная политика в России: опыт, проблемы, перспективы [Текст] / В. В. Касьянов. – Краснодар, 2010.
42. Кнорринг В. И. Искусство управления [Текст] / В. И. Кнорринг. – М.: БЕК, 1997. – С. 81.
43. Коренной А. А. Информация и коммуникация [Текст] / А. А. Коренной – Киев: Наук, думка, 1986. – 143 с.
44. Костюк В. Н. Информация как социальный и экономический ресурс [Текст] / В. Н. Костюк. – М.: Магистр, 1997. – 48 с.
45. Криворученко В. К. Молодежь и молодежная политика: термины, понятия [Текст] : учебное пособие: в 2-х ч. / В. К. Криворученко. – М.: изд. Московского гуманитарного университета, 2006.

46. Кузина С. В. Информационное воздействие в процессе формирования массового сознания молодежи [Текст] / С. В. Кузина // Среднерусский вестник общественных наук. – № 4(5) – 2007.

47. Куприянова Г. В. Совершенствование управления государственной молодежной политикой в условиях модернизации российского общества [Текст] : дис. . канд. социол. наук. / Г. В. Куприянова. – М., 2003. – 171 с.

48. Минаева, А. В. Государственная молодежная политика в Белгородской области [Текст]: материалы XV международной научно-практической конференции «Просветительство как основа развития личности и общества», Курск, 22-23 апреля 2015 года. / А. В. Минаева. – Курск: Изд-во Курского института менеджмента, экономики и бизнеса, 2015. – 240 с.

49. Нестеров В. П. Информационное обеспечение процесса принятия управленческих решений [Электронный ресурс] / В. П. Нестеров // Режим доступа к изд. : <http://www.akdi.ru>.

50. Питенко, А. А. Проблемы реализации стратегии молодежной политики Белгородской области [Текст]: Содействие профессиональному становлению личности и трудоустройству молодых специалистов в современных условиях / сборник материалов VI Международной заочной научно-практической конференции, посвященной 60-летию БГТУ им. В.Г. Шухова, Белгород, 20 декабря 2014 г.: в 2 ч. Ч. 2. / под ред. С.А. Михайличенко, С.Н. Ломаченко. – Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2014. – 433 с.

51. Попов В. Д. Информациология и информационная политика [Текст] / В. Д. Попов. – М.: Издательство РАГС, 2001. – 116 с.

52. Проблемы повышения эффективности государственной власти и управления в современной России [Текст] / Под ред. Игнатова В. Г. – Р-на-Дону: Издательство СКАГС, 1998.

53. Родионов И. И. Информационные ресурсы для предпринимателей [Текст] / И. И. Родионов. – М., 1994.

54. Социальные технологии. Толковый словарь [Текст] / Отв. ред. В. Н. Иванов. – М.: Белгород, 1995.
55. Семенов В. Е. Задачи и функции системы информационного обеспечения молодежи [Текст] / В. Е. Семенов // Социологические исследования. – 2007. – № 4.
56. Степанов Е. А. Информационная безопасность и защита информации [Текст] / Е. А. Степанов, И. К. Корнеев. – М.: Инфра-М, 2001. – 301 с.
57. Степанова Е. Е. Информационное обеспечение управленческой деятельности [Текст] / Е. Е. Степанова, Н. В. Хмелевская. – М.: Форум - Инфра-М, 2002. – 153 с.
58. Страссман П. А. Информация в век электроники: проблема управления [Текст] / П. А. Страссман. – М., 1987.
59. Черняк Ю. И. Информация и управление [Текст] / Ю. И. Черняк. – М., 1974.
60. Чупров В. И. Молодежь в общественном воспроизводстве: проблемы и перспективы [Текст] / В. И. Чупров, Ю. А. Зубок. – М., 2000. – 6 с.

**ПРИЛОЖЕНИЯ**

## **ПРОГРАММА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ: ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ**

### **МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ**

#### **Описание проблемной ситуации.**

На сегодняшний день актуальна проблема слабой информированности молодежи об организуемых мероприятиях. Ведь из-за недостаточной осведомленности молодого населения о проводимых акциях, мероприятиях, а также о деятельности общественных объединений города показатели вовлеченности молодых горожан в общественную деятельность ниже, чем могли бы быть при эффективно реализуемой информационной политике.

Таким образом, **проблема исследования** состоит в противоречии между значимостью развития молодежной политики за счет привлечения большего числа молодых людей и недостаточной информированностью молодежи о проводимых мероприятиях.

**Объектом исследования** является белгородская молодежь в возрасте от 14 до 30 лет.

**Предметом исследования** является информационная осведомленность белгородской молодежи о мероприятиях.

**Целью исследования** является выявление основных проблем в сфере информационного обеспечения молодежной политики.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- 1) Выявить, какие мероприятия пользуются наибольшей популярностью.
- 2) Определить причины, по которым молодые люди не принимают участие в общественной жизни города.
- 3) Выявить, какие информационные источники обладают наибольшей популярностью среди молодежи.

4) Проанализировать уровень информационного обеспечения молодежной политики.

5) Разработать систему мер, способствующих развитию информационной инфраструктуры в г. Белгороде.

#### **Гипотезы исследования:**

1. Среди респондентов наблюдается низкий уровень осведомленности о мероприятиях, проходящих в городе.

2. Большинство респондентов черпают информацию преимущественно из социальных сетей.

3. Низкий уровень участия молодежи в общественных объединениях вызван незнанием большинства молодых граждан об их деятельности.

#### **Интерпретация основных понятий.**

Государственная молодежная политика – направление деятельности Российской Федерации, представляющее собой систему мер нормативно-правового, финансово-экономического, организационно-управленческого, информационно-аналитического, кадрового и научного характера, реализуемых на основе взаимодействия с институтами гражданского общества и гражданами, активного расширения возможностей для эффективной самореализации молодежи и повышения уровня ее потенциала в целях достижения устойчивого социально-экономического развития, глобальной конкурентоспособности, национальной безопасности страны, а также упрочнения ее лидерских позиций на мировой арене.

Информация – сведения об окружающем мире и протекающих в нем процессах, воспринимаемые человеком или специальным устройством.

Массовое мероприятие – заранее спланированное и определенное по месту, времени, количеству участников и причинам собрание людей, носящее характер праздника, культурного или рекламного мероприятия, либо деловой встречи.

Молодежь – социально-демографическая группа людей, отличающаяся возрастными рамками, статусом в обществе, проходящая стадию становления

личности, усвоения знаний, норм, ценностей.

Свободное время – это часть внерабочего времени, которая остается после непреложных занятий (сон, питание, дорога на работу и обратно, бытовое самообслуживание и тому подобное) и расходуется на восстановление сил, а также на физическое и духовное развитие человека.

Средства массовой информации – это система сообщения визуальной, словесной, звуковой информации по принципу широковещательного канала, которая охватывает массовую аудиторию и имеет периодическую форму распространения.

Средства массовой коммуникации – это система сообщения населению информации посредством печатных, технических, изобразительных и иных форм и средств, а также осуществление коммуникаций между культурными и политическими субъектами посредством образных форм в виде искусства, трансляции массовых зрелищ, спортивных и иных феноменов, несущих информацию и воздействующих на человека как коммуникативного перцепиента.

Социальная активность – это сознательная деятельность личности, направленная на участие в социальных процессах и на изменение окружающих социальных условий.

**Операционализация основных понятий** представлена в Таблице 3.

Таблица 3

**Операционализация основных понятий**

| <b>Основное понятие</b> | <b>Понятие-индикатор</b>                         | <b>Вопрос-индикатор</b>  |
|-------------------------|--|--|
| Свободное время         | Мотивация выбора способа времяпрепровождения     | Что для Вас определяет выбор способа отдыха в свободное время?             |
|                         | Определение количества свободного времени        | Какое количество свободного времени в сутки Вы имеете?                     |
| Массовое мероприятие    | Частота посещений городских мероприятий          | Как часто Вы посещаете городские мероприятия?                              |
|                         | Мотивы посещения массовых молодежных мероприятий | Если Вы не посещаете массовые молодежные мероприятия, то по какой причине? |

|                            |   |  |
|----------------------------|---|--|
|                            | Добровольность посещения мероприятий                        | Были ли в Вашей жизни ситуации, когда Вы посещали мероприятия не по своему желанию?  |
|                            | Популярность различных видов мероприятий                    | Мероприятия какой направленности Вам интересно посещать?   |
|                            | Популяризация массовых мероприятий                          | Какими, на Ваш взгляд, критериями должно обладать культурное мероприятие, чтобы оно было популярным среди молодежи?                        |
| Информационное обеспечение | Интерес молодых людей к получению информации о мероприятиях | Заинтересованы ли Вы в получении информации о мероприятиях, проводимых в городе?   |
|                            | Уровень информированности населения                         | На Ваш взгляд, достаточно ли хорошо население города проинформировано о происходящих событиях?   |
|                            | Источники получения информации                              | Из каких источников Вы получаете информацию о проводимых мероприятиях?   |
|                            | Уровень информационного обеспечения молодежной политики     | Оцените уровень информационного обеспечения отрасли молодежной политики  |
|                            | Оценка идеи предлагаемого проекта                           | Считаете ли Вы, что создание информационной платформы является эффективным способом вовлечения молодежи в молодежные массовые мероприятия? |
|                            | Востребованность услуг информационной платформы             | Стали бы Вы пользоваться услугами информационной платформы?  |
|                            | Определение информационных запросов, потребностей           | Информацию какого характера Вы бы хотели видеть на информационном портале?   |
|                            | Определение наиболее удобного способа оповещения            | Какой способ оповещения о мероприятиях был бы наиболее удобен для Вас?   |
| Социальная активность      | Уровень социальной активности                               | Считаете ли Вы себя социально активным горожанином?  |



## ПРОЦЕДУРНАЯ ЧАСТЬ

### **Определение выборочной совокупности.**

В социологическом исследовании необходимо применять метод выборочного исследования. Нами минимальный объем выборочной совокупности был определен в 100 человек. В представленном социологическом исследовании применяется стихийная выборка. Были соблюдены пропорции по полу и по классам. Были опрошены 50 респондентов женского пола и 50 респондентов мужского пола. Нами были выбраны следующие возрастные рамки молодежи: 14-30 лет. Респонденты были распределены по возрасту: 14-17 лет (подростки), 18-24 лет (юные), 25-30 лет (зрелые). Количество респондентов по возрастным группам составило: 14-17 лет – 42 человека, 18-24 лет – 48 человек, 25-30 лет – 10 человек. Такое распределение респондентов связано с тем, что учащаяся молодежь, в отличие от работающей, имеет больше свободного времени для участия в общественной жизни и разного рода мероприятиях.

### **Методы сбора и обработки информации.**

Методом сбора первичной информации в представленном социологическом исследовании являлся опрос. Источником первичной социологической информации при применении метода опроса является человек (респондент). Этот метод сбора информации является наиболее востребованным и распространенным, т.к. позволяет в достаточно короткие сроки получить и обработать большое количество первичной информации. В представленном социологическом исследовании применялся вид опроса – анкетирование. Анкетирование – самый популярный метод сбора социологической информации, который предполагает самостоятельное заполнение анкеты респондентами. В качестве инструментария в представленном исследовании выступала анкета, которая состояла из 20 закрытых и полужакрытых вопросов. Анкеты создавались на базе Google Forms – это онлайн-сервис для составления форм обратной связи, тестирований и опросов.

В исследовании обработка данных производилась на компьютере с помощью программы Microsoft Office Excel. Microsoft Office Excel – программа для работы с электронными таблицами, созданная корпорацией Microsoft для Microsoft Windows, Windows NT и Mac OS. Она предоставляет возможности экономико-статистических расчетов, графические инструменты и, за исключением Excel 2008 под Mac OS X, язык макропрограммирования VBA (Visual Basic for Application). Microsoft Excel входит в состав Microsoft Office и на сегодняшний день Excel является одним из наиболее популярных приложений в мире.

### **Инструментарий исследования.**

В качестве инструментария исследования выступает анкета, которая представлена в Приложении 2.

**Анкета «Эффективность освещения СМИ городских мероприятий  
(на примере г. Белгорода)»**

**Уважаемый(ая) участник(ца) анкетного опроса!**

*Кафедра социологии и организации работы с молодежью НИУ «БелГУ» проводит исследование эффективности освещения средствами массовой информации мероприятий, проводящихся в г. Белгород. Пожалуйста, укажите в каждом вопросе те варианты ответов, которые соответствуют Вашей позиции, или напишите собственный вариант в специально отведенной строке. Мы гарантируем, что данные, полученные нами, анализируются только в обобщенном виде без ссылок на конкретных участников.*

*Заранее благодарим Вас за помощь!*

1. Что для Вас определяет выбор способа отдыха в свободное время?
  - А) желание интересно провести время
  - Б) желание отдохнуть и развлечься
  - В) желание провести время с семьей, друзьями
  - Г) желание приобрести новые знания
  - Д) желание приобщиться к искусству, получить эстетическое наслаждение
  
2. Какое количество свободного времени в сутки Вы имеете?
  - А) менее 2 часов
  - Б) 2-4 часов
  - В) 5 часов и более
  
3. Как часто Вы посещаете городские мероприятия?
  - А) несколько раз в месяц
  - Б) не чаще, чем раз в месяц
  - В) несколько раз в полгода
  - Г) раз в полгода
  - Д) несколько раз в год
  - Е) не посещаю
  
4. Если Вы не посещаете массовые молодежные мероприятия, то по какой причине?
  - А) не хватает времени
  - Б) не знаю об их проведении
  - В) не устраивает формат
  - Г) меня это не интересует

5. Были ли в Вашей жизни ситуации, когда Вы посещали мероприятия не по своему желанию?
- А) да, однократно
  - Б) да, не один раз
  - В) да, регулярно
  - Г) нет
6. Мероприятия какой направленности Вам интересно посещать?
- А) спортивной
  - Б) творческой
  - В) экологической
  - Г) научной
  - Д) развлекательной
7. Какими, на Ваш взгляд, критериями должно обладать культурное мероприятие, чтобы оно было популярным среди молодежи?
- А) использование информационных технологий
  - Б) интерактивная форма проведения
  - В) инновационность
  - Г) разнообразие форматов
8. Заинтересованы ли Вы в получении информации о мероприятиях, проводимых в городе?
- А) да, заинтересован
  - Б) нет, мне не интересно
  - В) не определился
9. На Ваш взгляд, достаточно ли хорошо население города проинформировано о происходящих событиях? Оцените по десятибалльной шкале, где 1 – низкий уровень, 10 – высокий уровень.
10. Из каких источников Вы получаете информацию о проводимых мероприятиях?
- А) из групп в социальных сетях
  - Б) из АИС «Молодежь России»
  - В) узнаю от друзей, знакомых
  - Г) из афиш
  - Д) из журналов, газет
  - Е) из объявлений по радио

- Ж) из новостей телевидения
- З) другое

11. Оцените уровень информационного обеспечения отрасли молодежной политики по десятибалльной шкале, где 1 – низкий уровень, 10 – высокий уровень.

12. Считаете ли Вы, что создание информационной платформы является эффективным способом вовлечения молодежи в молодежные массовые мероприятия?

- А) да, считаю
- Б) нет, не уверен

13. Стали бы Вы пользоваться услугами информационной платформы?

- А) однозначно да
- Б) скорее да
- В) скорее нет
- Г) однозначно нет

14. Что Вы бы хотели видеть на информационном портале?

- А) актуальные и интересные новости
- Б) удобную навигацию
- В) возможность общаться в чате с другими пользователями
- Г) интерактивные сервисы
- Д) интеграцию с социальными сетями

15. Какой способ оповещения о мероприятиях был бы наиболее удобен для Вас?

- А) СМС-рассылка
- Б) рассылка по электронной почте
- В) сообщения в социальных сетях от чат-бота
- Г) отсутствие уведомлений

16. Считаете ли Вы себя общественно активным горожанином?

- А) да, считаю
- Б) нет, не считаю
- В) затрудняюсь ответить

17. Укажите Ваше семейное положение:

- А) замужем (женат)
- Б) разведена (разведен)
- В) не замужем (холост)

18. Укажите Ваш социальный статус:

- А) школьник
- Б) студент колледжа
- В) студент ВУЗа
- Г) работаю
- Д) работаю и учусь
- Е) другое

19. Ваш пол:

- А) мужской
- Б) женский

20. Ваш возраст:

- А) 14-17
- Б) 18-24
- В) 25-30

*Спасибо за участие в опросе!*