Аналитическая работа:

Анализ образа управления по делам молодёжи Новосибирской области в сети Интернет

Копейка Анна Андреевна,

Новосибирский Государственный

Технический Университет

студентка факультета летательных аппаратов,

5 курс

**Оглавление**

Вступление

Методологический аппарат

*Глава.1* Информационные аспекты молодёжной политики в сети Интернет

1.1. Освещение молодёжной политики в Интернете

*Глава.2* Анализ образа Управления по делам молодёжи Новосибирской области в освещении мероприятий приуроченных к всероссийскому Году молодёжи

2.1. Материалы для исследования

2.2.Анализ среза информационного поля

Заключение

Список используемых Интернет источников

«Ты знаешь, я продаю имидж, и часть моей работы

— соответствовать этому имиджу».

*«Красота по-американски» (American beauty)*

**Вступление**

Совсем недавно российскому сегменту Интернета исполнилось 15 лет. Сеть - становится основным медиа-каналом современности, при помощи которого заинтересованные лица получают информацию о деятельности государственных и общественных структур.Имидж он же образ[[1]](#footnote-1)(от англ. *image* «образ», «изображение») — искусственный образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации и психологического воздействия. Имидж создается (пропагандой, рекламой) с целью формирования в массовом сознании определённого отношения к объекту. Может сочетать как реальные свойства объекта, так и несуществующие, приписываемые.

По сути, имидж, образ— это мнение рационального или эмоционального характера об объекте, возникшее в психике группы людей на основе образа, сформированного в их психике в результате восприятия ими тех или иных характеристик данного объекта. Репутация любого государственного органа, интересы, которого представлены в сети, является существенной частью её образа.

**Методологический аппарат аналитической работы**

**Объект:** Информационная политика в сети Интернет.

**Предмет:** Освещение в Интернете деятельности управления по делам молодёжи Новосибирской области.

**Цель:** Проанализировать освещение в Интернете деятельности Управления по делам молодёжи Новосибирской области, в рамках Года молодёжи.

**Задачи:** Рассмотреть освещение молодёжной политики в сети Интернет.

1. Проанализировать освещение в Интернет - изданиях мероприятий управления по делам молодёжи Новосибирской области в рамках Года молодёжи.
2. Обозначить образ Управления по делам молодёжи Новосибирской области в Интернете.

**Глава.1** **Информационные аспекты молодёжной политики в сети Интернет**

* 1. **Освещение молодёжной политики в Интернете**

***Таблица 1.*** *Уровни освещения молодёжной политики.*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Уровень** | **Правительственные (органов по делам молодёжи и иных тем или иным образом относящихся к сфере молодёжная политика)** | **Общественных организаций (политических партий)** |
| Федеральный | Сайты ведомств:  www.rosmolodezh.ru  www.godmol.ru и т.п | www.nashi.su  www.molgvardia.ru  www.wefree.ru/  www.youthyabloko.ru/  и т.п |
| Региональный | Сайты органов по делам молодёжи регионов  www.mnso.ru и т.п | www.trizna.ru/  и т.п |
| Муниципальный | Сайты органов по делам молодёжи муниципалитетов  www.molodoy.novo-sibirsk.ru и т.п. | www.novouralsk-adm.ru  и т.п |

В масштабах нашей страны целенаправленно освещение молодёжной политики в сети Интернет осуществляется через сайты, органов по делам молодёжи на различных административных уровнях субъектов РФ. На сегодняшний день при современном проникновения Интернета в жизнь молодёжи, идёт резкий рост числа пользователей социальных сетей, в первую очередь *«вконтакте»,* которая на начало апреля достигла более 32 миллионов человек, множество молодёжных организация имеют там свою группу, создают медиа-архивы, площадку для общения, координируют деятельность организации.

Блогосфера – социальная журналистика. Сейчас наблюдается тенденция оттока молодёжи с блогосферы в сторону социальных сетей. Потому что социальные сети предоставляют пользователям актуальные сервисы, превосходящие на сегодня сервисы блогосферы, действующие по её принципам, но на иной коммуникативной площадке.

**Глава 2.** **Анализ образа управления по делам молодёжи Новосибирской области в освещении мероприятий, приуроченных к всероссийскому Году молодёжи**

**2.1. Материалы для анализа**

Выборка материалов для исследования проводилась с января по апрель 2009 года, по уровню информационных всплесков в Интернете, с помощью поисковой системы Яндекс.

***Таблица 2.*** *Материалы для анализа.*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Месяц** | **Сайт** | **Событие** |
| Январь | http://www.megansk.ru/partnews/1232051144 | **В Год Молодежи в Новосибирской области планируется реализация целого ряда принципиально новых, инновационных молодежных проектов.** |
| http://www.ossp.ru/urs2009/news/47/ | Решение проблемы трудоустройства молодежи возможно лишь совместными усилиями |
| http://nsk.rabota.ru/vesti/novosti\_rynka/reshenie\_problemy\_trudoustrojstva\_molodezhi\_vozmozhno\_lish\_sovmestnymi\_usilijami.html |
| Февраль | http://www.nskstreetball.ucoz.ru/news/2009-2-6 | Реклама турнира по стрит-болу |
| Март | http://uz.ucoz.org/news/2009-03-16-194 | Турнир по стрит-болу |
| http://www.websib.ru/new\_detail\_print.php?new\_id=2409 | Школа социального предпринимательства |
| Апрель | http://conference.scholar.ru/conference/322/  http://www.epigraph.info/events/-/theme/5/year/2009/month/4/id/36/  http://ksonline.ru/photobank/-/cat\_id/2/date/2009-04-04/  http://www.novoprsk.ru/ | Новопиарск |

**2.2. Анализ среза информационного поля**

Я провожу анализ по следующим параметрам, которые характеризуют качество информации:

***-тексты, их количество и качество;***

***-количество комментариев;***

***-рейтинг публикации (для СМИ 2.0., контент которых наполняется и рейтингуется самими пользователями);***

***-соотношение позитива/негатива в представленных публикациях и отзывах;***

***-авторство материала (перепечатка или уникальный текст);***

***Таблица №3*** *Анализ публикаций о мероприятиях УДМ НСО в Год молодёжи*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Месяц | Сайт | Событие | | | | Тексты, их количество и качество; | | Соотношение позитива/негатива в представленных публикациях и отзывах | | Авторство материала (перепечатка или уникальный текст) | | Рейтинг публикации (для СМИ 2.0., контент которых наполняется и рейтингуется самими пользователями); |
| Январь | http://www.megansk.ru/partnews/1232051144  http://www.pressagenda.com/novosibirsk/4218 | Пресс-конференции начальника управления по делам молодежи НСО Станислава Болотова о молодежных проектах 2009 года | | | Анонс | | | Нейтралитет | | Перепечатка | | - |
|  | | | Анонс | | | Нейтралитет | | Перепечатка | | - | |
| http://nsk.rabota.ru/vesti/novosti\_rynka/reshenie\_problemy\_trudoustrojstva\_molodezhi\_vozmozhno\_lish\_sovmestnymi\_usilijami.html | | Итоги круглого стола «Молодежь на рынке труда. Современная экономическая ситуация» | | Итоги | | | Позитивное | | Перепечатка | | - |
| http://sifbd.ru/news/506 | | Позитивное | | Перепечатка | | - |
| Февраль | http://www.nskstreetball.ucoz.ru/news/2009-2-6 | | Реклама турнира по стрит-болу | | Анонс | | | Позитивное | | Перепечатка (реклама) | | - |
| Март | http://uz.ucoz.org/news/2009-03-16-194 | | Турнир по стрит-болу | | Итоги мероприятия | | | Позитивное | | Уникальный текст | | 5 баллов из 5  - |
| http://www.websib.ru/new\_detail\_print.php?new\_id=2409 | | Школа социального предпринимательства | | Анонс | | | Нейтралитет | | Перепечатка | | - |
| http://www.molodoy.novo-sibirsk.ru/news/press.php?id=\_news\_09\_1003\_4 | |
| Анонс | | | Нейтралитет | | Перепечатка | | - |
| www.sibupk.nsk.su | | Для участников программы поддержки ​студенчества «Уникальный ресурс Сибири» Юлия Маслова, сайт еРабота.ру​®-Новосибирск и Ирина Куривчак, ИД «Работа для Вас» провели тренинг «​Технология трудоустройства». | | Анонс | | | Позитивное | | Перепечатка | | - |
| www.sibstrin.ru/news/?87 | | Анонс | | | Позитивное | | Перепечатка | | - |
| www.nsu.ru/dynamic/news/news\_view.php?news\_mode=single&news\_news\_action=.. | | Анонс | | | Позитивное | | Перепечатка | | - |
| Апрель | http://conference.scholar.ru/conference/322/ | | III Форум PR-специалистов NovoPRsk 2009 | | Анонс | | | Позитивное | | Перепечатка | | - |
| http://www.epigraph.info/events/-/theme/5/year/2009/month/4/id/36/ | | Анонс | | | Позитивное | | Перепечатка | | - |
| http://ksonline.ru/photobank/-/cat\_id/2/date/2009-04-04/ | | Анонс | | | Позитивное | | Перепечатка | | - |
| http://www.novoprsk.ru/ | | Подведение итогов | | | Позитивное | | Уникальный текст | | - |
| www.nsu.ru/dynamic/news/news\_view.php?news\_mode=single&news\_news\_action | | Студенческая весна 2009 | | Подведение итогов | | | Позитивное | | Перепечатка | | - |
| www.pressagenda.com/novosibirsk/8319 | | Выезд в рамках программы поддержки студенчества «Уникальный ресурс Сибири» в ДОЛ им Б. Богаткова состоялось выездное мероприятие «От идеи - к проекту!». | | Подведение итогов | | | Позитивное | | Перепечатка | | - |
| www.sifbd.ru | | Подведение итогов | | | Позитивное | | Перепечатка | | - |
| www.molodoy.novo-sibirsk.ru/news/press.php?id=\_news\_09\_1604\_5 · 4 КБ | | Подведение итогов | | | Позитивное | | Перепечатка | | - |

**Выводы:**

Очевидно, что большинство материалов сначала размещаются на первоисточнике, а потом информация плавно перетекает в актуальные каналы, которые наиболее близки к целевой аудитории. Все материалы написаны от первоисточников, редки перепечатки.

Образ УДМ НСО, формируемый информационными сайтами в Интернете - положительный. К негативным моментам следует отнести то что, отсутствует мнение самой молодёжи, на иных ресурсах помимо сайта www.mnso.ru, где комментарий можно оставить.

Получается, что освещение мероприятий с положительной окраской, но без мнения конечной целевой аудитории, лишает возможности получать перманентную обратную связь в режиме «он-лайн».

**Используемые Интернет-ресурсы**

www.mnso.ru

www.hrbrand.ru

www.i-media.ru

www.public.ru

www.rbcdaily.ru

www.smi.ru

www.jandw.ru

1. http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BC%D0%B8%D0%B4%D0%B6 [↑](#footnote-ref-1)