

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»

Факультет социально-культурной деятельности
Кафедра социально-культурной деятельности

**ДИПЛОМНАЯ РАБОТА
«ИМИДЖ СОВРЕМЕННЫХ МОЛОДЕЖНЫХ
ОБЪЕДИНЕНИЙ.
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ»**

Выполнила студентка:
5 курса 035190 группы
Семенова Татьяна Андреевна
Научный руководитель:
Доктор педагогических наук,
профессор
Ярошенко Николай Николаевич

Актуальность исследования

Имидж является важным этапом в жизни любого молодёжного объединения в условиях современной действительности. Удачно сформированный имидж позволяет укрепить позиции объединения в местном сообществе, привлечь больше участников, развивать перспективные направления деятельности.



Объект и предмет исследования

- **Объект исследования:**
Молодежные объединения как социальный институт.
- **Предмет исследования:**
Имиджевые характеристики современных молодежных объединений в России.

Цель и задачи

ИССЛЕДОВАНИЯ

- **Цель исследования:** Теоретически обосновать процесс формирования имиджа современных молодежных объединений и изучить влияние имиджа молодежного объединения на общество.
- **Задачи исследования:**
- Раскрыть сущность молодежного объединения как социального института.
- Определить имиджевые характеристики современных молодежных объединений в России.
- Обобщить опыт деятельности молодежных объединений в социально-культурной сфере.
- Разработать программу имиджевых характеристик современного молодежного объединения.

Научная школа

- Зарубежные ученые: Гильяно А. С., Отто фон Фаустле, Арнольд Н., Бодуан Ж.-П., Жагер М. и другие.
- Отечественные ученые: В.М Шепель, Г.Г. Почепцов, Е.Ю. Обидина, Е.Ю. Михайлина и другие.

Молодёжное объединение

Молодежное объединение выступает институтом самореализации и социализации молодых людей, содействует их включению в социально-экономическую жизнь общества, является полигоном для освоения навыков самоуправления, лидерства, реализации проектов молодежи.



Имиджевые характеристики



Социологическое исследование

- **Гипотеза исследования:** Создание положительного имиджа с помощью новых социально-культурных форм помогает привлечению новых членов в молодёжные объединения.
- **Объект исследования:** молодые люди (старшеклассники, студенты, работающая молодёжь).
- **Предмет исследования:** отношение молодёжи к молодёжным объединениям.
- **Цель исследования:** имиджевые характеристики, привлекающие молодёжь к вступлению в молодёжное объединение.
- **Основные задачи исследования:**
 - 1) Определить слои молодёжи, потенциально склонные к вступлению в молодёжные объединения;
 - 2) Определить, какие имиджевые характеристики наиболее привлекают молодёжь к вступлению в молодёжное объединение.
- **Целевая группа:** молодёжь от 15 до 30 лет.

Молодёжные объединения, участвовавшие в исследовании



Молодёжные объединения, участвовавшие в исследовании







Предложение методических рекомендаций для улучшения имиджа молодёжных объединений.

объединений.

Цель программы: Передать участникам технологию создания положительного имиджа молодёжного объединения, ознакомить с имиджевыми характеристиками и научить применять их, формируя собственный индивидуальный стиль и имидж.

Задачи программы:

1. Раскрыть составляющие имиджа и факторы, оказывающие влияние на формирование имиджа.
2. Дать знания о правильной работе над имиджем молодёжного объединения.
3. Выявить скрытые лидерские, коммуникативные навыки участников и развить уже выявленные.
4. Раскрыть особенности имиджа каждого молодёжного объединения



Программа по формированию положительного имиджа молодёжного объединения

1 этап Ознакомительная беседа

2 этап Тест Люшера

3 этап Коммуникативный тренинг

4 этап Тренинг на раскрытие
лидерских навыков

5 этап Тренинг личностного роста

Спасибо за внимание!