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 03519о 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 молодежь).
- **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

Трезвый город

Предложение методических рекомендаций для улучшения имиджа молодёжных 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!