

**ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СОЦИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ
И ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ СЛУЖБЫ УЧРЕЖДЕНИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-
ТЕХНИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО ФОРМИРОВАНИЮ
У УЧАЩИХСЯ ЦЕННОСТНОГО ОТНОШЕНИЯ К СЕМЬЕ
(на примере УО «Жлобинский государственный профессиональный лицей
сферы обслуживания»)**

Д.В. Усова, Л.А. Моторова
Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова

В условиях динамичного изменения нашего общества, когда утрачены многие традиции семейного воспитания, высок уровень распада семей, многие дети и молодежь не ощущают ценности семейных отношений. В настоящее время действуют социально-экономические факторы, которые, с одной стороны, привели к расширению экономической функции семьи, с другой – к ослаблению воспитательной, что негативно влияет и на семью и на общество в целом.

Ряд противоречий и проблем современного образовательного процесса актуализирует необходимость формирования культуры семейных отношений и гендерной культуры, возрождения семейных ценностей и традиций семейного воспитания. Нормативные правовые документы организации образовательного процесса четко определяют содержание семейного воспитания, которое направлено на формирование ценностного отношения к семье и воспитанию детей.

Актуальность исследования обусловлена тем, что семья является важнейшим социальным институтом, обеспечивающим полноценное воспитание и развитие личности человека. Во все времена развития общества семья играла ведущую роль в воспитании, обучении и подготовке подрастающего поколения к жизнедеятельности. В современных условиях значительно повышается роль семьи в подготовке молодежи к взрослой жизни. Семья, школа и вуз как важнейшие социальные институты осуществляют подготовку молодежи к активной жизнедеятельности, формируют основы духовно-нравственного, патриотического, физического развития и психического здоровья человека. У современной молодежи недостаточно развиты навыки самоопределения, и она имеет слабые знания о семейной жизни, не владеет навыками саморазвития, и самореализации в период вступления в брак. Это отрицательно влияет на формирование готовности молодежи к созданию семьи [1, с. 36].

Цель работы – изучение направлений, форм и методов подготовки подрастающего поколения к формированию ценностного отношения к семье.

Объект исследования – подготовка учащихся к формированию ценностного отношения к семье.

Предмет исследования – организация подготовки учащихся к формированию ценностного отношения к семье.

Материал и методы. В качестве материалов исследования были использованы учебные пособия и публикации, Указы и Постановления Президента Республики Беларусь в сфере семейной политики и пропаганде семейных ценностей. Методы исследования: теоретический анализ литературных источников, обобщение информации, анализ, синтез, систематизация, беседа, анкетирование, методы математической обработки данных. База исследования: УО «Жлобинский государственный профессиональный лицей сферы обслуживания», город Жлобин, Гомельская область.

Семейные ценности были объектом исследования российских ученых К.К. Баздырева, С.С. Буровой, Б.И. Говако, И.С. Голода, М.С. Мацковского, А.Г. Харчева, гендерные и семейные образы и идеалы изучались А.И. Захаровым, Д.Н. Исаевым, В.Е. Каганом, В.Л. Ситниковым, Т.И. Юферевой. Вместе с тем ощущается недостаток научных данных, раскрывающих особенности представлений юношей и девушек о родительстве, а они, вместе с тем, необходимы для разработки обучающих программ, способствующих оптимизации их будущих родительских позиций и ориентированных на формирование у молодежи ответственного отношения к родительству и супружеству, а также для нужд психолого-педагогической консультативной работы. Актуальность данного исследования определяется также тем, что в обществе трансформирующихся традиционных гендерных норм изменяются и связанные с ними гендерные роли, в том числе и родительские. В связи с этим представляется важным определить, насколько указанные изменения восприняты и отражены в сознании юношей и девушек [2, с. 3-5].

Ценность выступает в современной науке как междисциплинарная категория, рассматриваемая в философии, социологии, культурологии, психологии. Так, М.А. Гулина, характеризуя на основе анализа ряда российских и зарубежных источников категорию ценности в психологическом контексте, отмечает, что ценность – это убеждение, которое было свободно выбрано из ряда альтернатив после взвешивания последствий каждой альтернативы; человек оберегает, поддерживает ее и делится ею с общественностью, поведение человека строится в соответствии с его ценностью и носит последовательный и настойчивый характер ценности как ядро любых личностных изменений определяют то, ради чего субъект осознает, формулирует, и формирует цели [3, с.47].

Решение демографических проблем укрепление семьи пропаганда семейных ценностей является одним из приоритетов государственной политики в Республике Беларусь. Как справедливо замечает исследователи, ценностные ориентации современных молодых людей формируется под влиянием многих факторов: семьи и семейного образа жизни, учреждений образования, средств массовой информации и др. Ведущая роль в этом процессе принадлежит трем важнейшим институтам воспитания - семье, образовательным учреждениям и государству [4, с. 51-54].

Для этого последнее время в Республике Беларусь созданы межотраслевые государственные программы «Основные направления государственной семейной политики», «Об основах молодежной государственной политики», «Дети Беларуси», приняты нормативно-правовые документы, среди которых Кодекс Республики Беларусь о браке и семье, Указ Президента Беларуси об объявлении 2015 года Годом молодёжи [5, с. 3-8].

Подготовка учащихся к семейной жизни должна быть основана на трех основных составляющих: работа с педагогическим коллективом, работа с учащимися, работа с родителями последующим направлениям: диагностика, просветительская работа, мероприятия с участием родителей, индивидуальная работа.

Центральное положение в системе работы по формированию ценностного отношения к семье направлению занимает работа с учащимися по организации их саморазвития и самоопределения. Методическая работа профессионально-технического училища должна быть направлена на теоретическое осмысление данной проблемы и практическую подготовку психолого-педагогической службы корректно строить взаимоотношения с учащимися и их родителями, использовать активные формы и методы педагогического просвещения, привлекать родителей к воспитательному процессу учреждения профессионально-технического образования.

Основными формами работы социального педагога, психолога, куратора, мастера п. о. в учреждении образования «Жлобинский государственный профессиональный лицей сферы обслуживания» по формированию культуры семейных отношений и ценностей, воспитанию ответственного отношения к институту семьи и подготовке к семей-

ной жизни отводится методам вовлечения учащихся в различные виды деятельности, направленных на подготовку их к будущей семейной жизни, которыми являются:

1. Учебно-познавательная и просветительская деятельность: воспитательные часы, классные часы, беседы за круглым столом, диспуты, дискуссии, сюжетно-ролевые игры, театрализованные игры.

2. Ценностно-ориентационная и ценностно-поисковая деятельность: конкурс плакатов, настенных газет, анализ возникших конфликтных ситуаций в семье учащегося, беседы с кураторами учебных групп, посещение кинотеатра.

С целью выяснить отношение молодежи к семейным ценностям и представление о гендерных ролях, было проведено анкетирование. В нем приняли участие учащиеся «Жлобинского государственного профессионального лицея сферы обслуживания» в количестве 90 человек, средний возраст которых составляет 18 лет, из них 54 опрошиваемых женского пола, 36 мужского. Учащиеся обучаются на третьем курсе обучения по специальностям «Парикмахер; мастер по маникюру», «Электромонтер по ремонту и обслуживанию электрооборудования», «Пекарь; кондитер», «Продавец; контролер-кассир». Анкета А использовалась с целью выяснения ценностных приоритетов учащихся и семейных традиций, состоит из 35 вопросов закрытого и открытого типа. Анкета Б позволяет определить представления подростков о гендерных ролях, состоит из 2 блоков по 2 вопроса. После проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

На вопрос «Состоите ли Вы в браке?» 4% (3 учащихся) ответило положительно, 82% отрицательно, а 14 % респондентов (13 учащихся) ответило, что они еще не думали над этим. Данные говорят о том, что подавляющее большинство учащихся в браке не состоит, трое учащихся уже определились с выбором партнера, в свою очередь 13 учащихся на пути к заключению брака.

На вопрос «Какой возраст Вы считаете оптимальным для создания семьи?» 48% ответили, что самым подходящим является 26-30 лет, 35% убеждены, что таковым возрастом является 18-25 лет, и 17% респондентов считают, что возраст значения не имеет. Ни одного голоса не получил ответ «после 30» Таким образом, учащиеся убеждены, что 26-30 лет является наиболее подходящим для создания семьи, видимо по той причине, что, в основном, образование и работа к этому времени уже имеются и наступает время для следующего этапа в своей жизни.

Иметь детей в своей семье хотели бы практически все респондентов, т.е. 98%, 1% не хотят детей. Причем, в среднем планируемое количество детей в семье составляет 2 ребенка.

Таким образом, практически все учащиеся нацелены на рождение детей, но 6 человек их не планируют или еще не задумывались, что говорит о недостаточной информации о значимости репродуктивной функции семьи.

По приоритетам в жизни ценности распределились следующим образом: 1 место – любовь, 2 – семья, 3 – дети, 4 – здоровье, 5 – материальный достаток, 6 – работа, 7 – образование, 8 – уважение окружающих, 9 – творчество, 10 – статус, положение в обществе. Из наиболее значимых семейных ценностей учащиеся выделили: заботу друг о друге, взаимоуважению, поддержку, любовь и детей.

Эти показатели говорят о том, что залогом счастья в жизни для учащихся являются любовь, семья, дети и забота друг о друге. Это в свою очередь говорит о семейной ориентированности учащихся о достаточной сформированности ценностного отношения к семье.

Но, лишь в 15 семьях из 90 имеются некоторые семейные традиции, заключающиеся в совместном отдыхе и времяпрепровождении, в остальных 75 семьях семейные традиции отсутствуют. Необходимо проводить работу по внедрению традиций в семьи учащихся, так как они способствуют сплочению семьи.

Также хотелось бы отметить, что образцом семейная жизнь родителей является лишь для 28% опрошенных, что говорит о недостаточном благополучии семейной жизни родителей в представлении детей.

Для улучшения формирования ценностного отношения к семье необходимо систематически проводить и внедрять в учебный процесс факультативные занятия, также проводить с учащимися деловые игры и тренинги для создания положительной семейной модели поведения, обсуждения проблемы выбора партнера, повышению культуры отношений.

Список использованных источников:

1. Богданович, О. Н. Формирование гендерной культуры учащихся / О.Н. Богданович. – Мозырь : ООО ИД «Белый Ветер», 2009. – 162 с.
2. Девярых, С.Ю. Семейные ценности и родительские ориентации юношей и девушек: анализ гендерных различий / С.Ю. Девярых. – Минск : РИВШ, 2007. – 164 с.
3. Психология социальной работы : учебник для вузов / под ред. М.А. Гулиной. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2010. – 384 с.
4. Акутина, С.П. Семейный уклад в воспитании духовно-нравственных ценностей школьников / С. П. Акутина // Ярославский педагогический вестник. – 2009. – № 2. – С. 51–52
5. Кондрашова, В. О. К вопросу о межпоколенном воздействии как факторе сохранения семейных ценностей и профилактики социального неблагополучия / В.О. Кондрашова, Д.Ф. Филатова // Выхаванне і дадатковая адукацыя. – 2012. – №11. – С. 3–8.

УДК 364-781.6(476.5):316.346.32-053.9

ИМИДЖ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО ЦЕНТРА СОЦИАЛЬНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ КАК УСЛОВИЕ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ

Т.Д. Вакушенко, Т.С. Ушаков
Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова
(e-mail: vakushenka@gmail.com)

В нашей стране проблема создания и управления имиджем социальных служб актуализирована сравнительно недавно. Имидж сегодня играет огромную роль, как для повышения престижа социальных служб, так и для обеспечения взаимодействия социальных служб и клиентов (получателей социальных услуг). Кроме того, имидж становится необходимым условием для достижения устойчивого и продолжительного делового успеха.

Понятие имидж наиболее часто встречается в словарях, справочниках и энциклопедиях экономической тематики, и реже – в научной и учебной литературе (табл.)

Таблица – Дефиниции категории имидж

Источник данных	Дефиниция	Элемент дефиниции
Словарь делового человека / Под.ред. Амуржуева О.В., 1992г.	Имидж – представление покупателей (заказчиков) о престиже фирмы, качестве изготавливаемых ею товаров и оказываемых услуг, репутации руководителей.	Представление, престиж фирмы, качество, репутация руководителей