Содержание

Введение

1. Понятие "имидж семьи"

2. Основные составляющие имиджа семьи

2.1 Влияние имиджа на семейно-брачные отношения

2. Проблематика имиджа семьи

Заключение

Список литературы

# Введение

Методологическое изучение имиджа современной семьи осуществляется с позиций философии менеджмента, социокультурного подхода, теории деятельности, теории потребностей, теории этики, теории социального обмена.

Исследование имиджа современной семьи объективно строится на освоении системы знаний социальной философии, социологии, культурологии, менеджмента и с учетом культурных традиций, системы потребностей, интересов, образа жизни современной российской семьи, что, в свою очередь, должно предполагать синтез «идей и методов».

Семья - важнейшая форма организации личного быта. Для детей семья является первой школой освоения мира, а для взрослых ее членов - зоной психологического комфорта. В настоящее, плотно насыщенное событиями время важной функцией семьи становится не экономическая и даже не биологическая, а психологическая функция. Она заключается в обеспечении психологической защиты, в создании условий для восстановления физических и духовных сил каждого члена семьи, а также во взаимном поддержании здоровья и жизненного тонуса, в организации совместного досуга и отдыха. Неумение правильно вести себя в обществе, на работе, в компании друзей создает определенное отношение к человеку со стороны окружающих, усложняет его общение с людьми. В результате появляется плохое настроение, подавленное состояние, что влияет потом на семейную жизнь.

Культура общения является непременным условием жизни человека и принадлежит к тем проявлениям человеческой деятельности, которые не могут быть заменены чем-то другим. Роль культуры общения важна как в семейной жизни, так и в сфере делового и дружеского общения. Человек может называться истинно культурным и нравственным, если он дорожит не только любовью и уважением членов своей семьи, но и хорошим отношением к своей семье всех окружающих людей. Опыт благополучных семей показывает, что искреннее и доброжелательное, хорошо организованное усилиями членов семьи разнообразное общение с другими индивидами общества: друзьями, коллегами по работе, соседями - благотворно влияет на внутрисемейные взаимоотношения и формирует положительный имидж семьи (англ. image - образ). Под образом понимается не только зрительный (вид, облик члена семьи), но и образ мышления, действий, поступков. В данном случае слово «образ» должно употребляться в широком смысле - как представление о семье, которое возникает у других людей.

*Актуальность темы* работы заключается в том, что все семьи разные, у каждой семьи свой собственный имидж. Именно в семье индивид получает первый жизненный опыт, поэтому очень важно в какой семье воспитывается ребенок: в благополучной или неблагополучной. К сожалению, не каждая семья может справиться с различными видами проблем и сохранить положительные отношения, любовь, взаимопомощь. Многие семьи распадаются так и не получив никакой поддержки со стороны близких, не разобравшись в причинах появившихся разногласий.

*Целью курсовой работы* является рассмотреть и проанализировать имидж современной семьи.

*Задачи исследования:*

1. раскрыть все составляющие имиджа современной семьи;
2. рассмотреть влияние имиджа на семейно-брачные отношения;
3. выявить проблематику имиджа семьи.

*Предмет исследования* - современные семьи.

*Объект исследования* – значение имиджа семьи в современной России.

# 1. Понятие «имидж семьи»

Имидж семьи означает то, какой люди видят данную семью, как ее оценивают, как к ней относятся. В русском языке термин, который трактуется почти так же, как «имидж». Это - «мнение» как «суждение, выражающее оценку чего-нибудь, отношение к чему-нибудь, взгляд на что-нибудь» (Ожегов С.И. Словарь русского языка. - М.: Русский язык, 2004). Имидж и мнение - достаточно близки по своему содержанию, но есть между ними и различие. «Имидж» правильнее употреблять в словосочетаниях типа «имидж человека, семьи, организации, страны», а «мнение» - в словосочетаниях типа «мнение о человеке, семье, организации, стране». *Выходит имидж семьи* - это то мнение о семье, которое сложилось у отдельных личностей или у определенных групп людей. Имидж семьи, имеет огромное влияние на взаимоотношения внутри семьи и на жизнь её членов.

В основе имиджа лежит формальная система ролей, которые человек играет в своей жизни, дополняемая чертами характера, интеллектуальными особенностями, внешними данными, одеждой и т.п. Имидж формируется как на основе реального поведения индивида, так и под влиянием оценок и мнений других людей, а также в СМИ. При формировании имиджа реальные качества человека тесно переплетаются с теми, которые приписываются ему окружающими.

Можно отметить, что гармоничный имидж является целостным образованием, состоящим из внутренне непротиворечивых элементов. Имидж в известном смысле – символический образ, представление о ком-либо или о чем-либо. Он может быть связан с реальностью в широком диапазоне – от раскрытия истины до полуправды, искажения и дезинформации. *Имидж* – следствие впечатления, которое производит его носитель. Имидж есть у каждого человека, организации, государства.

Обратим внимание на особое значение семейной имиджелогии. В наше время имеется немало родителей, заинтересованных в создании достойного имиджа их семей. Имидж родителей, их личный пример обаятельности оказывают сильнейшее воздействие на детскую психику. Нельзя забывать, однако, что профессиональная деятельность родителей часто оказывает негативное влияние на здоровье детей. Например, дети, родители которых занимаются управленческой деятельностью, вдвое чаще, чем дети рядовых сотрудников, страдают различными физическими и психическими расстройствами.

Если члены семьи хотят, чтобы у окружающих людей в отношении их семьи была готовность действовать таким-то образом (допустим, разговаривать с членами семьи почтительно), а не иным (допустим, вообще не разговаривать с ними, игнорировать их), то надо сформировать у окружающих соответствующую психологическую установку в отношении данной семьи. А для этого необходимо, чтобы у них сложилось соответствующее мнение об этой семье. По сути, это и есть главная роль, которую играет имидж семьи во взаимодействии семьи и общества.

Имиджформирующая информация

Мнение окружающих о какой-либо семье основывается на полученной об этой семье информации, которую можно *назвать имиджформирующей информацией*. По характеру ее получения имиджформирующая информация подразделяет на прямую и косвенную.

*Косвенная имиджформирующая информация* - это та информация о семье, которую получают, что называется, «через третьи руки», например «одна женщина сказала, что эта семья...» и другое.

*Прямая имиджформирующая информация* - это та, которую получают при непосредственном контакте с членами конкретной семьи.

Как правило, эта информация содержит следующие данные:

*- структура семьи* (семья может иметь следующую структуру: одна брачная пара с детьми или без детей; одна брачная пара с детьми или без детей с одним из родителей супругов и другими родственниками; две брачные пары и более с детьми или без детей; один из родителей с детьми);

*- состав семьи* (неполная семья; простая или нуклеарная; сложная или семья нескольких поколений; большая семья);

*- количество детей в семье* (бездетная; однодетная; малодетная; многодетная семья);

*- однородность социального состава семьи* (социально гомогенные (однородные) и гетерогенные (неоднородные) семьи);

*- качество взаимоотношений и атмосфера в семье* (благополучная; устойчивая; нестабильная; дезорганизованная);

*- семейный быт, семейный уклад* (семья - отдушина; семья детоцентрического типа; семья типа спортивной команды или дискуссионного клуба; семья, ставящая на первое место комфорт, здоровье, порядок);

*- тип главенства в семье* (эгалитарные и авторитарные семьи);

*- семейный стаж* (молодожены; молодая семья, ждущая ребенка; семья среднего супружеского возраста);

*- графический признак семьи* (городская семья; сельская семья; отдаленно живущая семья, например в районах Крайнего севера);

*- особенности психики каждого члена семьи* (характер, темперамент, интеллект, мировоззренческие позиции каждого члена семьи);

*- внешность* (макияж, прическа, одежда каждого члена семьи).

Основываясь на двух типах имиджформирующей информации, выделяют *два принципа технологии формирования имиджа семьи*, в основе которых лежит прямая имиджформирующая информация.

*1. Мнение о семье формируется на основе прямой иджформирующей информации.* При этом данная информация может осознаваться, а может не осознаваться, т.е. находиться в подсознании и проявлять себя лишь в виде тех или иных чувств.

Воздействуя на людей с целью создания у них требуемого для семьи имиджа, необходимо влиять не только на их сознание, но и подсознание, чтобы у них, помимо воли, возникло приятное чувство, связанное с данной семьей.

Поведение членов любой семьи в общественных местах, школа, магазин, стадион, театр, общественный транспорт, влияет на настроение, душевное состояние окружающих людей, - на мнение в отношении членов этой семьи и на имидж.

Существуют общечеловеческие правила, с помощью которых можно добиться положительного мнения о семье у окружающих людей. В ежедневном общении с коллегами, соседями, друзьями, знакомыми и совсем незнакомыми людьми важнейшими качествами являются вежливость, тактичность, предупредительность, доброжелательность, деликатность и внимательность.

Важен и внешний вид членов семьи. Одежда, обувь, прическа - все имеет значение и является визитной карточкой своего владельца. Стиль, фасон, цвет, но главное опрятность и чистота одежды и обуви акцентирует на себе внимание окружающих людей. Имидж семьи также зависит от умения членов семьи соблюдать речевой этикет - почтительный, вежливый, тактичный.

*2. Люди чаще склонны доверять мнению, возникшему под влиянием подсознательной информации (интуитивной), чем мнению осознанному.* Например, как часто можно услышать следующие высказывания: «Разумом-то я понимаю, что он делает правильно, а все равно душа к нему не лежит» или «Моя интуиция меня еще никогда не подводила».

Формируя определенный имидж семьи, нужно в большей мере воздействовать на подсознание людей, чем на сознание.

Но не всегда мнение о семье создается на основе прямо имиджформирующей информации. Как сказано выше, существует и косвенная имиджформирующая информация, о которой нельзя забывать при формировании имиджа семьи.

*Косвенная имиджформирующая информация (КИФИ)* – это информация о семье, которая получена не при непосредственном общении с конкретной семьей.

*Можно выделить два источника КИФИ:*

1) третьи лица, т.е. люди, которые сообщили о конкретной семье некую информацию (этот вид КИФИ называется опосредованной людьми);

2) сформированная конкретной семьей среда обитания: квартира, дача, автомобиль (этот вид КИФИ называется опосредованной вещами).

КИФИ может быть, во-первых, истинной или ложной; во-вторых, задокументированной или устной; в-третьих, официальной или неофициальной.

К официальной КИФИ относятся досье (биография, документы об образовании, послужной список) на членов семьи или на семью в целом и устное официальное заявление (например, генпрокурора), а к неофициальной КИФИ - легенды, сплетни, анонимки.

Возможны ситуации, когда мнение о какой-либо семье возникает не на основе прямой или косвенной информации, а вообще без информации т.е. априорно. Например, априорно сформированный имидж в глазах общества имеют следующие семьи: неполные (без кого-либо из родителей); неблагополучные; семьи новых русских; семьи так называемых лиц кавказской национальности. На формирование имиджа какой-либо семьи влияет социальная ниша, которую она занимает в обществе.

2. Основные составляющие имиджа семьи

Имидж семьи можно классифицировать по следующим параметрам:

*- знаку* (очевидно, что имидж семьи может быть положительным и отрицательным);

*- соотношению личностной и профессиональной составляющих семьи*;

*- по фактору, образующему имидж семьи* (имеется в виду, что факторы, влияющие на имидж семьи, могут быть различными: к ним относятся тип общения внутри семьи, культура поведения членов семьи в общественных местах, а также где и кем работают члены семьи, интерьер квартиры, наличие автомобиля, внешний вид членов семьи).

*Имидж семьи* - это сложное системное образование, представляющее собой комплекс различных составляющих, к которым относятся средовой имидж, нравственно-культурный имидж и габитарный имидж.

Самым значимым составляющим является, так называемый средовой имидж семьи.

*Средовой имидж семьи включает в себя:*

- совокупность взаимоотношений внутри семьи;

- общение членов семьи в рабочем коллективе: культура деловых отношений и профессиональная компетентность членов семьи;

- особенности круга общения семьи, взаимоотношения членов семьи с друзьями, знакомыми и соседями; досуг семьи;

- жилую среду семьи: жилые помещения, организованные и благоустроенные в соответствии с образом жизни и вкусами членов семьи, интерьер квартиры, дачи и др.

Не менее значимой составляющей имиджа семьи, является нравственно-культурный имидж семьи. К нему относятся уровень интеллекта, нравственного и эстетического развития членов семьи, их мировоззрения, использование членами семьи норм морали и правил этикета при общении с окружающими людьми, а также способы и формы этого общения.

*Общение* – один из важнейших факторов, отражающих характер отношений каждого человека с другими людьми и фиксирующих то, что происходит с ним в окружающем мире. Способность людей к выживанию установлению близких отношений, их представление о смысле жизни, верность собственным идеалам - все это во многом зависит от того, как люди ведут себя в общении с другими людьми.

Есть еще одна составляющая имиджа - *габитарный имидж*. Эта составляющая имиджа семьи основывается на влиянии внешнего вида членов семьи на мнение окружающих о данной семье. Имидж семьи зависит от внешнего вида ее членов, т.е. их «габитуса» (лат. habitus - внешность, внешний вид).

На формирование габитарного имиджа семьи влияет: прежде всего, одежда и макияж, а также ухоженность, чистота тела, волос и ногтей, подтянутость фигуры, походка каждого члена семьи. В процессе создания имиджа семьи мелочей не бывает!

*Одежда* - это прямая имиджформирующая информация. Она демонстрирует аккуратность и чистоплотность; вкус, чувство меры и стиль; принадлежность к определённой социальной группе людей.

Очевидно, что в основе технологии формирования имиджа семьи находятся различные его составляющие. Поэтому с уверенностью можно сказать, что позитивный имидж семьи напрямую зависит от положительного средового имиджа, нравственно-культурного имиджа, а также габитарного имиджа семьи.

Основная проблема, которая выдвигается самой жизнью в условиях современности, - постоянное развитие, обновление и совершенствование всех видов человеческих взаимоотношений, в том числе и семейных. Умение развивать взаимоотношения как внутри семьи, так и за ее пределами приобретает значимость и ценность.

Семья становится открытой системой: в настоящее время невозможно развитие семейных отношений без активного взаимодействия семьи с другими социальными группами общества. Силой благоприятного взаимодействия является имидж семьи.

## 2.1 Влияние имиджа на семейно-брачные отношения

Анализ перспектив семьи и семейно-брачных отношений предполагает выявление тенденций и противоречий в существующей практике брачного, супружеского, репродуктивного, родительского, родственного поведения.

Любое развивающееся явление представляет собой единство двух противоположностей, взаимодействие которых через стадии тождества, существенных различий, конфликта и гармонии является источником самодвижения и самообновления.

В кризисно - реформируемом социуме неизбежен структурный кризис ценностей. Под общечеловеческими ценностями подразумеваются свобода выбора индивидом стиля частной жизни и максимальная автономия брачно-семейного поведения по отношению к государственным, религиозным или общественным (моральным) нормам контроля. При этом качественно иной становится роль имиджа семьи. На уровне малой социальной группы (семьи) можно наблюдать изменения в представлениях людей об одобряемых и осуждаемых нормах поведения. Общественность становится более либеральной по отношению к проявлениям свободы в личной жизни, что влечет изменения в представлениях людей о положительном и отрицательном имидже семьи.

Учитывая особенность современного состояния социума, его балансирование на грани хаоса и порядка, необходимо воспользоваться синергетическим методом и проанализировать структуру ценностей, соотнеся их с теорией бифуркации (раздвоение, разделение, разветвление) и аттракторов (особые точки).

Аттракторы выступают в роли сдерживающих факторов, удерживающих людей в рамках пристойности, и одновременно являются базовыми ценностями, традиционными для российского народа, а по большому счету - сохранять этнос.

Изменение семьи как малой социальной группы знаменует собой эволюцию супружества и качественное изменение социально-нравственной основы семьи, сопровождающееся смещением традиционных ценностей.

В современных условиях моногамия все больше утрачивает свой пожизненный характер, заменяясь правом и возможностью вступать в повторные браки. Эволюция отношений между полами привела к иным морально - нравственным изменениям. Во всем мире распространены браки, свободные от социальных обязательств, растут добрачные и внебрачные связи. Эти явления можно рассматривать как определенную деградацию нравственных общечеловеческих ценностей. Изменения в обществе требуют пересмотра некоторых позиций и норм, действующих в прежней семье.

*В современном обществе отмечают две параллельные модели семьи - традиционную и либеральную.* Либеральная модель семьи демонстрирует варианты отхода от традиционной моногамии. Самое распространенное проявление либеральной модели - фактический брак (сожительство). Следующим явлением считается повторный брак.

При этом взаимные требования супругов сохраняют традиционный характер. Набор качеств достойного и одобряемого мужа наиболее часто совпадает с аналогичными качествами жены. Среди них особое значение придается эмоционально-духовным характеристикам, таким, как любовь, взаимопонимание, уважение.

Традиционная модель семьи строится на основе не совместного выполнения супругами одних и тех же функций, а разделения сфер влияния и взаимовыполнения ролей. Хорошая жена - это в первую очередь умелая хозяйка дома (аналогичное требование к мужу не предъявляется). Качеству мужа, противостоящему женскому умению вести домашнее хозяйство, соответствует роль кормильца семьи (к женщинам данное требование вообще не предъявлялось, несмотря на то, что в подавляющем большинстве семей работающая женщина вносит весомый вклад в семейный бюджет).

Сложившиеся в сознании людей стереотипные образы мужа и жены непоследовательны и противоречивы: они представляют конгломерат традиционных и демократических взглядов. В системе представлений людей о браке и семье этот комплекс относится к числу консервативных, наименее гибких, трудно поддающихся изменению.

Динамика социально-нравственных установок россиян не миновала и половую мораль. Смягчение моральных норм, регулирующих сексуальное поведение, - очевидный факт.

Смягчаются различия в оценке поведения полов. Что в данном случае существенно отличается от традиционной половой морали, в соответствии с которой единственно возможным для женщины считались сексуальные отношения в браке.

На вопрос, одобряют ли женщин, сознательно родивших ребенка вне брака, ответы распределились следующим образом: 4% респондентов осуждают женщину; безусловно, одобряют любую женщину, 12%; подавляющее большинство, 60%, одобряют только тех женщин, которые сознательно пошли на рождение ребенка вне брака.

Расширение границ индивидуальной свободы в сфере межличностных отношений, изменение нравственных критериев имиджа современной семьи не могут не оказывать воздействия на брачно-семейные отношения. Увеличивается вероятность распространения альтернативных типов семьи и браков: гражданский брак; материнская семья; семья с раздельным проживанием супругов, каждый из которых специфичен и существенно отличается от традиционной моногамной семьи.

## 2.2 Проблематика имиджа семьи

У каждой семьи существует свой определенный имидж, стиль поведения друг с другом, стиль воспитания детей.

*Можно выделить некоторые составляющие семейного имиджа:*

- характер межличностных отношений;

- эстетика убранства и уют дома;

- личный имидж-пример родителей.

Нередко родители недооценивают эффект своего внешнего вида в домашней обстановке. Отношение к своей внешности в домашних условиях – показатель не только бытовой культуры, но и общего развития личности. Пример небрежного отношения родителей плохо влияет на психику детей.

Особо следует выделить в семейном имидже физиономический и голосовой эффекты в поведении родителей. К сожалению, этими проблемами недостаточно занимаются многие родители, тогда как дети по мимике и голосу родителей ощущают отношение к себе. Дети в любом возрасте нуждаются в доброжелательном выражении лица и голосе, не стегающем их как кнут. Здесь вспоминается зарубежный опыт по постановке улыбки деловым людям, а также высказывание А.С. Макаренко о том, что слова «спасибо» и «пожалуйста» можно произнести в пятидесяти звуковых вариациях.

Типичная городская семья с детьми в России 1991 года - это двое работающих супругов или работающая мать (в случае неполной семьи), живущие, в основном, на зарплату, которую они получают в государственном учреждении. Именно в 1991 году ситуация начала резко меняться: если минимальная зарплата еще могла составлять немногим более 100 рублей, то представления о максимальной обновлялись каждый месяц. Понятия "бедный" и "богатый" реально входили в жизнь каждой семьи. Появлялись семьи, в которых женщины могли не работать, поскольку доход мужа обеспечивал очень высокий, по российским меркам, жизненный стандарт. Появились безработные. Начали возникать частные детские сады и школы, доступные далеко не всем. Быстро росли цены на продукты питания и одежду, в том числе продукты и одежду для детей. В конце 1991 года люди жили в ожидании того, что жизнь станет труднее материально и психологически. Они боялись, что не смогут приспособиться к этой новой жизни, хотя плохо представляли себе, какой она в действительности окажется[[1]](#footnote-1).

Особенность российской ситуации последних двух-трех лет состоит в том что, в условиях социально-экономического кризиса пересматривается тип семейной стратегии, доминировавшей в обществе. Речь идет о стратегии нуклеарной семьи с профессионально занятыми супругами, небольшим и в принципе регулируемым числом детей, воспитание которых осуществляется как семьей, так и обществом, по преимуществу, с эгалитарной системой власти, достаточно систематическими, но в большей степени деловыми контактами с родственниками, при непременной ориентации всех членов семьи на другие социальные институты и на интенсивное общение с друзьями.

Хотя семья такого типа остается пока базовой моделью, тем не менее, происходят качественные сдвиги, которые становятся все заметнее и исподволь меняют повседневную жизнь людей, их семейные и профессиональные стратегии. Одна тенденция связана с процессом "приватизации" стиля жизни - с все более отчетливой ориентацией людей на частную сферу, другая - с усиливающимся разграничением мужских и женских ролей в семье. Последнее представляется особенно драматичным, поскольку жизненная стратегия российской женщины на протяжении нескольких поколений включала в себя практически обязательную профессиональную занятость вне семьи.

Оценивая имидж современной семьи в последние годы просто невозможно не говорить о профессиональной занятости супругов, которая, так или иначе, влияет на сам имидж.

В так называемой аристократической семьей велико значение традиций, которые, несомненно, существуют в семье, ориентируя людей на определенный жизненный уклад.

В аристократической семье, например, к маленьким детям относятся как к взрослым уже с первых лет. Скажем, обслуживающий персонал семьи, может обращаться к детям только полным именем, более старших детей называть на «вы». Этим детям могут сервировать стол так же, как и большим.

Родители никогда не позволят себе ходить по дому в домашнем халате или стоптанных тапках. Именно благодаря этому, таким же образом стараются выглядеть и дети.

Ничто так не согревает душу, как воспоминание о счастливых моментах, пережитых в детстве... Среди них непременно – праздничная ёлка с запахом свежей хвои, таинственным светом фонариков и каким-то особенным семейным теплом. И ещё – гости, большие и маленькие.

В аристократической семье чаще всего приглашаются дети из подобных семей, которые уже с малых лет умеют пользоваться столовыми приборами и знают как вести себя в обществе.

К сожалению, в семьях, где родители занимаются бизнесом, на детей остается мало времени, чаще всего ими занимаются няни, гувернантки и т.п. Совместные прогулки с детьми, поездки за город, на выставки, на спортивные соревнования осуществляются в таких семьях планово, по определенному графику.

Взаимоотношения в семье часто носят диктаторский характер, руководит семьей глава семьи – отец, возможно, пожилой и поэтому особенно уважаемый родственник.

Стоит отметить, что в таких семьях широко используется традиция отмечать особенные семейные праздники в кругу очень близких родственников.

Если на подобные мероприятия попасть соседям или просто коллегам по работе не так просто, то существуют семьи, где рады практически каждому. Чаще всего это семьи рабочих. Скорее всего, это самый широкий круг семей с совершенно различными возможностями и взаимоотношениями.

Имидж такой семьи было более просто составить в советские времена, когда активно пропагандировался здоровый образ жизни, спорт, физкультура, проводились массовые праздники, парады, демонстрации, когда было традиционным посещать такие события всей семьей.

Дети в таких семьях носили одинаковую школьную форму, одного вида ранцы, лакомились шоколадными плитками «Аленка», конфетами «Морские камешки» и мечтали о шоколадном зайце под новый год.

В советское время очень часто применялся лозунг «Общественные интересы выше личных». Эта совершенно ложная установка путала всю иерархию ценностей в советском человеке. Семьи в этой иерархии вообще нет. Есть какие-то абстрактные общественные интересы и есть личные. А семейные интересы к каким относятся: к общественным или личным? Тут начиналась путаница. В зависимости от ситуации семейные интересы относились то к общественным, то к личным. Но все же чаще семейные проблемы объявлялись личными, то есть менее важными, чем общественные, поскольку для строительства коммунизма были нужны надежные люди — не связанные никакими личными интересами. Человек, привязанный к семье (как, впрочем, и к земле) — ненадежен для коммунизма. Поэтому эпоха строительства коммунизма или социализма сильно подточила все семейные устои русского человека. А после перестройки уже сильно ослабленная семья и вовсе дошла до состояния полного упадка. Хотя идеал крепкой семьи еще жив в нашем народе, но живой опыт того, как создается такая семья, во многом потерян нами[[2]](#footnote-2).

На современном этапе определить имидж рабочей семьи достаточно сложно. Это может быть как полная, так и неполная семья, количество детей также варьируется. Чаще всего большее количество детей наблюдается в рабочих семьях из небольших поселков и деревень.

Кстати, стоит также отметить, что брак для жителей сельской местности до сих пор является не только залогом благосостояния, самостоятельности и веса в обществе, - это, бывает, еще и моральный долг. Семейно-брачные отношения во многих местечках находятся в поле зрения всего сельского общества и зависят от общественного мнения.

К сожалению, семейный быт рабочих осложняется такими причинами как тяжелые условия труда, отсутствие необходимых жилищных условий, распространенность социальных пороков (пьянства, проституции, нелегальных абортов). Особенно страшным является пьянство одного (или двоих) из супругов, из-за которого немало семей оказываются разрушенными. Дети в таких семьях предоставлены сами себе.

Говоря о занятости родителей, стоит также отметить, что есть и семьи, где дети поддерживают увлечения и занятия взрослых. Например, существуют так называемые спортивные семьи, где родители постоянно в сборах, соревнованиях, соответственно, и дети очень часто становятся увлеченными каким-либо видом спорта.

**Главными целями и задачами воспитания детей в таких семьях является:**

- воспитание патриотизма,

- укрепление здоровья,

- воспитание правильного отношения к здоровому образу жизни,

- содействие укреплению взаимоотношений в семье.

Неоспоримым плюсом в таких семьях является стремление всех членов семьи к здоровому образу жизни, развитие активности, силы воли, целеустремленности детей.

Отношения между родителями в таких семьях чаще всего дружеские, супруги поддерживают друг другу, сопереживают. Однако стоит отметить, что именно в таких семьях, даже при большом желании родителей воспитать своего ребенка определенным образом, дети могут быть предоставлены сами себе, часто пропускают занятия в школе и т.п. Из-за вынужденной занятости, постоянных отъездов родители могут не усмотреть склонности детей к какому-то виду творчества, душевных переживаний ребенка.

Однако имидж спортивной семьи и в прошлом, и на современном этапе, является положительным, символизирующем счастье, здоровье, силу воли, активности и сплоченность всех членов семьи, которые являют собой настоящую команду.

Существует масса других видов семей, каждая со своим укладом и традициями. Стоит только заметить, что как прежде, так и на сегодняшний день семья остается иерархичной, и это очень важно.

Для воспитания детей, создания имиджа семьи и межличностных отношений внутри нее требуется правильная иерархия: отец — мать — дедушка и бабушка — старшие братья и сестры — я — младшие. У каждого члена должно быть свое место в этой иерархии. Кстати, в приведенной схеме дедушка и бабушка стоят на втором месте после родителей. Такое положение дел имеет место в том случае, если старшее поколение уже состарилось и само передало старшинство своим детям. По рассказам пожилых людей, в старых семьях обязательно наступал момент, когда состарившийся глава семьи призывал своего сына и передавал ему свои обязанности.

Эта правильная иерархия не должна нарушаться. Если жена становится на первое место, то это в некотором роде уродует семью. То есть выработанный годами и десятилетиями имидж российской семьи меняется. Но есть еще одно частое искажение в устройстве современных семей. Оказывается, часто негласной главой семьи является ребенок. Один православный психолог отмечает, что в советской педагогике в 50-х годах произошел переворот. Был объявлен всем нам известный девиз: «Все лучшее — детям». Мы настолько к нему привыкли, что не сомневаемся в его справедливости. Чтобы пояснить родителям, откуда идут их беды с детьми, этот психолог задавал родителям вопрос: «Кому в вашей семье достается лучший кусок?» — «Конечно, ребенку», — следует ответ. А это и есть признак того, что в семье все отношения перевернуты. Начнем с того, что лучших кусков в семье быть не должно вообще. Первый и самый большой кусок должен доставаться отцу[[3]](#footnote-3).

Отметим: не лучший, а первый и самый большой. Второй кусок и поменьше — матери, а далее всем остальным — дедушкам и бабушкам, и, наконец, деткам. Так всегда было в семьях с традиционным православным укладом. Я часто расспрашивал пожилых людей о том, как протекал обед в старых семьях. Каждый раз я слышал нечто подобное. На стол ставился чугунок с супом. Один на всех! Никаких лучших кусков, все ели из одного чугунка. Первым начинал есть отец, до него никто не мог лезть своей ложкой за супом. Мяса никто вначале из супа не брал. Наконец, когда уже вся жижа будет выхлебана, отец стукнет один раз по чугунку, и это было сигналом к тому, что можно есть мясо. За столом никто не разговаривал, и до окончания обеда самовольно выходить из-за стола никто не мог. Такое положение в русских провинциальных семьях держалось до конца 40-х годов. Только в начале 50-х годов в деревенских семьях появляется посуда для каждого члена семьи. До этого у каждого была только своя ложка. Если в деревне совершалась свадьба, то посуду для этого собирали по всей деревне.

За что ребенок в семье получает самый лучший кусок? За то, что он маленький? Тогда берегитесь, родители! Ребенок очень легко усваивает, что он имеет некие привилегии просто за то, что он маленький. Вместо того чтобы повзрослеть уже к 16-17 годам, современные парни взрослеют только к 25, а девушки, которые в прошлые века подчас венчались уже в 14 лет, взрослеют только к 20 годам. До 17 лет родители балуют свое дитятко, а потом удивляются, почему их сыночек не хочет зарабатывать себе на жизнь, а все продолжает требовать от родителей помощи как нечто само собой разумеющееся. Причем физически взросление наступает в том возрасте, когда ему и положено: девушка физиологически уже способна стать матерью, парень физиологически способен стать отцом. Но они не готовы к этому морально.

У ребенка не должно быть никаких привилегий, никаких особых прав, которые возвышали бы его над родителями. Он должен знать свое место в семье. У ребенка должны быть четкие представления об иерархии в семье: «отец — мать — дедушка и бабушка — старшие братья и сестры — я — младшие братья и сестры». Если в течение 17 лет ребенок или уже подросток постоянно впитывает: «Мне положен лучший кусок, потому что я маленький. Мне можно не работать на огороде, потому что я маленький. Я могу не помогать маме, потому что я маленький и еще не умею подметать», — то такое отношение к окружающему миру у него останется до конца жизни. Сначала он маленький, потому что еще не ходит в школу. Потом он маленький, потому что еще только учится в школе. Затем он маленький, потому что еще только учится в институте. Далее он все еще маленький, потому что он молодой специалист. И все это время человек требует себе особых привилегий за то, что он маленький[[4]](#footnote-4).

Конечно, надо учитывать возраст детей и не требовать от него то, что он еще неспособен делать, но бесплатных привилегий быть не должно.

Для воспитания взрослого человека требуется крепкая связь поколений. Как только мы ослабим связь между поколениями (отдав ребенка в детский сад, в школу и т.д.), то потеряется огромный опыт, накапливавшийся сотнями лет, а каждое новое поколение начнет заново изобретать велосипед. Весь же уклад современной семьи практически уничтожает связь поколений. Отец весь день проводит на работе вдали от семьи. Это первый удар по семье. Какими дети видят своих родителей? Отец усталый пришел с работы, он ложится на диван и начинает читать газету. Таким же образом, в последствии, будет действовать и сын.

В заключение стоит отметить, что каким бы ни был имидж определенной семьи, всем следует стремиться к тому, чтобы был покой и мир между всеми ее членами, искренняя любовь и сочувствие друг другу. К сожалению, на современном этапе, многое в семьях не соответствует тому, что преподносится напоказ соседям и родственникам.[[5]](#footnote-5)

# Заключение

Семья – неотъемлемая ячейка общества, и невозможно уменьшить ее значение. Ни одна нация, ни одно сколько-нибудь цивилизованное общество не обходились без семьи. Обозримое будущее общества также не мыслится без семьи. Для каждого человека семья – начало начал. Понятие счастья почти каждый человек связывает, прежде всего, с семьей: счастлив тот, кто счастлив в своем доме.

Классическое определение семьи гласит, что семья - это малая социальная группа, члены которой связаны браком, родительством и родством, общностью быта, общим бюджетом и взаимной моральной ответственностью.

Внутрисемейные отношения могут быть, как и персональные (отношения между матерью и сыном) так и групповые (между родителями и детьми или между супружескими парами в больших семьях).

Семья - основа любого общества. Она объединяет самое разное число людей: это могут быть небольшие группы, а могут быть и несколько десятков человек. И она имеет самую разную структуру: это могут быть супружеские пары с одним ребенком, которые живут под одной крышей, а могут быть и сложно связанные друг с другом несколько поколений в рамках одного или нескольких домашних хозяйств. По мере эволюции общества обязательно меняется и структура семьи. Другие обстоятельства, например, изменение средней продолжительности жизни или представлений людей об усыновлении и удочерении, также оказывает влияние на характер семьи.

Развитие современной семьи во многом связано с возрастанием роли и значения личностного потенциала в семейных отношениях. Это обусловлено действием таких факторов, как переход к рыночным отношениям, правовому государству, информационным технологиям. Что в свою очередь требует наибольшего раскрытия творческого потенциала личности, возможностей ее социальной адаптации.

Один современный писатель очень верно пишет, что есть два образа жизни: городской и деревенский. В деревне дети родителям нужны, поскольку нужны помощники по хозяйству. Труд в деревне не такой квалифицированный, и взрослым могут хорошо помогать и дети, — требуются только усердие, трудолюбие, терпеливость и т.д. Все эти свойства и воспитываются деревенским образом жизни. В городе все иначе, там индустриализация. А именно индустриализация особенно сильно разрушает семью, поскольку теперь требуется все более высококвафицированный узкоспециализированный труд. Высокая квалификация напрочь отметает возможность сыну стоять рядом с отцом, а дочери рядом с матерью, высококвалифицированному специалисту дети только помеха.

К сожалению, современная семья все больше становится «демократической», где каждый член семьи проживает свою собственную жизнь с учетом, прежде всего, своих потребностей. Дети остаются недосмотренными, портятся межличностные отношения между супругами. Имидж семьи все чаще становится показным. Постепенно происходит подмена ценностей: профессионализм ценится выше, чем порядочность, доброта, честность. Новое поколение гонится за профессионализмом, но это страшно. Счастье человека на 90%, если не больше, зависит от его семьи, от того, как он сможет устроить свой дом и обстановку в нем.

# Список литературы

1. Кульбацкий Е.М., Ганьшина Г.В., Короткова А.В., Рябова И.Ю. «Теория и практика домоведения», М: Инфра-М, 2006г;
2. Чеховских М.И. Психология, - М.: Новое знание, 2006. – 380с.;
3. Шугаев И. Внутренний уклад семьи// «Брак. Семья. Дети» - №2 – 2007;
4. Гурова Р. Г. Социологические проблемы воспитания. - М.: ИНФРА-М, 1981.с 65;
5. Алябьева И.Е. Имиджелогия, - М.:Олма-пресс, 2006;
6. Андрикевич Л.А. Основы семейной педагогики, - Мн.:БГУ, 2006;
7. Гурко Т.А. Трансформация института современной семьи. /Социологические исследования. 2006, №10;
8. Семенов В.Д. Социальная педагогика: история и современность. - М.: ИНФРА-М, 1995;
9. Сидоренко С.В. Имидж семьи, - М.: Овал, 2002;
10. Тупак П.П. Работа с семьей, - М.: Гардарика, 2002;
11. Чеховских М.И. Психология, - М.: Новое знание, 2006.

1. Чеховских М.И. Психология, - М.: Новое знание, 2006.с.101 [↑](#footnote-ref-1)
2. Шугаев И.Внутренний уклад семьи// «Брак. Семья. Дети» - №2 - 2007 [↑](#footnote-ref-2)
3. Шугаев И.Внутренний уклад семьи// «Брак. Семья. Дети» - №2 - 2007 [↑](#footnote-ref-3)
4. Шугаев И.Внутренний уклад семьи// «Брак. Семья. Дети» - №2 - 2007 [↑](#footnote-ref-4)
5. Гурова Р. Г. Социологические проблемы воспитания. - М.: ИНФРА-М, 1981.с 65 [↑](#footnote-ref-5)